मुख्यमंत्री सामुदायिक नेतृत्व क्षमता विकास कार्यक्रम

समाजकार्य स्नातक पाठ्यक्रम (प्रथम वर्ष)
(सामुदायिक नेतृत्व में विशेषज्ञता सहित)

Bachelor of Social Work (First Year)
(With Specialization in Community Leadership)

मॉड्यूल–4

विकास के लिए संचार और जीवन कौशल शिक्षा
(Communication and Life Skill Education for Development)

प्रायोजक

महिला एवं बाल विकास विभाग, मध्यप्रदेश

आदिम जाति कल्याण विभाग, मध्यप्रदेश

मध्यप्रदेश जन अभियान परिषद

संचालन

दूरवर्ती अध्ययन एवं सतत शिक्षा केन्द्र

महात्मा गाँधी चित्रकूट ग्रामोदय विश्वविद्यालय

चित्रकूट, सतना (म.प्र.) – 485334

स्व–निर्देशित अध्ययन सामग्री
Self -Instructional Learning Material

मुख्यमंत्री सामुदायिक नेतृत्व क्षमता विकास कार्यक्रम

मॉड्यूल-4

संचार और विकास के लिए जीवन कौशल शिक्षा
Life Skill Education for Communication & Development

समाजकार्य स्नातक पाठ्यक्रम (प्रथम वर्ष)
(सामुदायिक नेतृत्व में विशेषज्ञता सहित)

Bachelor of Social Work (First Year)
(Specialization in Community Leadership)

महात्मा गाँधी चित्रकूट ग्रामोदय विश्वविद्यालय, चित्रकूट
जिला-सतना (मध्यप्रदेश) - 485334

मॉड्यूल–4 : संचार और विकास के लिए जीवन कौशल शिक्षा

संस्करण 2017

अवधारणा एवं रूपरेखा :

बी.आर. नायडू , आई.ए.एस. प्रमुख सचिव
जे.एन. कंसोटिया, आई.ए.एस. प्रमुख सचिव
अशोक शाह, आई.ए.एस. प्रमुख सचिव

प्रेरणा एवं मार्गदर्शन :

प्रो. नरेश चन्द्र गौतम, कुलपति, महात्मा गांधी चित्रकूट ग्रामोदय विश्वविद्यालय, चित्रकूट

परामर्श :

डॉ. टी. करुणाकरन, पूर्व कुलपति
जयश्री कियावत, आई.ए.एस., आयुक्त, महिला सशक्तिकरण
उमेश शर्मा, कार्यपालन निदेशक, मध्यप्रदेश जन–अभियान परिषद

लेखक मण्डल :

डॉ टी. करुणाकरन, पूर्व कुलपति
डॉ. वीरेन्द्र कुमार व्यास
डॉ. सुरेन्द्र पाल
डॉ. अमरजीत सिंह

वेटिंग मण्डल :

प्रो. एच.एम. मिश्र, प्रशासन अकादमी, भोपाल
डॉ. ललित सिंह
डॉ. कुसुम सिंह

रेखांकन :

कु. प्रतिभा देवी, श्री सोवन बनर्जी

मुद्रक एवं प्रकाशक :

ग्रामोदय प्रकाशन के लिए कुलसचिव
महात्मा गांधी चित्रकूट ग्रामोदय विश्वविद्यालय, चित्रकूट
जिला–सतना (मध्यप्रदेश) – 485334, दूरभाष– 07670–265411

सम्पर्क :

डॉ. अमरजीत सिंह, निदेशक एवं लिंक अधिकारी
महात्मा गांधी चित्रकूट ग्रामोदय विश्वविद्यालय, चित्रकूट (मध्यप्रदेश)
ई–मेल– cmcldpcourse@gmail.com, मोबाइल– 9424356841
श्री आर. के. मिश्रा, राज्य सलाहकार (यूनिसेफ) सी.एम.सी.एल.डी.पी.
ई–मेल– rkmishraguna@gmail.com, मोबाइल– 9425171972

आभारः– इस पाठ्यक्रम की अध्ययन सामग्री अनेक स्रोतों, व्यक्तियों के अनुभव और संस्थाओं के प्रकाशनों एवं वेब साइट्स पर उपलब्ध सामग्री के सहयोग से तैयार की गई है। पाठ्यक्रम के परामर्शदाताओं का अनुभव और सुझाव भी इसमें शामिल है। सभी के प्रति आभार।

मॉड्यूल–4 : संचार और विकास के लिए जीवन कौशल शिक्षा

प्रस्तावना

मुख्यमंत्री सामुदायिक नेतृत्व क्षमता विकास कार्यक्रम के अन्तर्गत **समाजकार्य स्नातक पाठ्यक्रम (सामुदायिक नेतृत्व)** मध्यप्रदेश शासन की महत्वाकांक्षी पहल है। इस पाठ्यक्रम का उद्देश्य हमारे ग्रामीण और शहरी क्षेत्रों में ऐसे क्षमतावान युवक एवं युवतियों को तैयार करना है, जिन्हें क्षेत्र के विकास की अच्छी समझ हो और जो क्षेत्र की समस्याओं की पहचान भी कर सकें। समस्याओं के निदान के लिए निर्णायक पहल कर सकें। आत्मविश्वास और ऊर्जा से ओतप्रोत नौजवानों की ऐसी पीढ़ी तैयार हो जो समाज की समस्याओं के समाधान के लिए केवल सरकारी प्रयासों पर निर्भर न हो, बल्कि समुदाय के परिश्रम और पुरुषार्थ से ग्राम की या अपने आस–पास की परिस्थितियों को बदलने के लिए सकारात्मक पहल कर सकें। यह कार्य चुनौती भरा है, किन्तु असम्भव नहीं है। यथार्थ में अपने क्षेत्र के विकास में आपके योगदान से ही **स्वर्णिम मध्यप्रदेश** का स्वप्न साकार हो सकेगा। इसी की पहली कड़ी के रूप में यह पाठ्यक्रम आपके सम्मुख प्रस्तुत है, जिसमें परिवर्तन और विकास के दूत बनाने के लिए आपको सैद्धान्तिक और व्यावहारिक मार्गदर्शन प्रदान किया जा रहा है। इस पाठ्यक्रम के माध्यम से प्रयास किया गया है कि आप ग्राम के विकास के प्रयासों को वैज्ञानिक स्वरूप दे सकें। आप जो भी सामुदायिक कार्य करें वह स्थायी हो, सबके सहयोग से हो और सबके विकास में सहयोगी हो। इस दृष्टि से समुदाय विकास के कुछ महत्वपूर्ण आयामों को इस पाठ्यक्रम के प्रथम वर्ष में आपके ज्ञानवर्धन एवं प्रशिक्षण हेतु समायोजित किया गया है।

सैद्धांतिक विषयों की कड़ी में यह चौथा प्रश्नपत्र है। शीर्षक है– **संचार और विकास के लिए जीवन कौशल शिक्षा।** इस खण्ड में हम **संचार और जीवन कौशल** से संबंधित विविध पहलुओं की जानकारी देंगे।

इस माड्यूल की अध्ययन सामग्री को पढ़कर आप समझ पाएंगे कि जीवन में कहने–सुनने की कला कितनी जरूरी है। कहने–सुनने की यह कला ही संचार कला या संप्रेषण कला कहलाती है। इस पाठ में आपको संचार कला की मूल बातों को बताया जायेगा। उदाहरण के लिए– संचार को विद्वान कैसे समझाते हैं। गाँव के विकास के काम में इससे क्या मदद मिल सकती है। किस–किस तरीके से संचार किया जाता है और अच्छे बोलने–बताने वाले के लिए क्या–क्या बातें जरूरी हैं। संचार कहने वाले से लेकर सुनने वाले के बीच एक फैला हुआ ताना–बाना है। संचार कला में कहने वाले (संप्रेषक) या संचारक, कही जाने वाली बात (संदेश), सुनने वाला (प्राप्तकर्ता) और बात का असर (प्रतिपुष्टि या फीडबैक) कितना महत्त्व रखते हैं। बोलने–बताने के कई तरीके होते हैं, जैसे– कुछ बातें हम कहकर सुनाते हैं और कुछ इशारों में। इसके साथ संचार के प्रकार, संचार की बाधायें, संचार के माध्यम और विकास में संचार की भूमिका के बारे में भी विस्तार से प्रकाश डाला गया है। एक रोचक अध्याय जीवन कौशल शिक्षा का है, जिसकी सहायता से आप अपने अंतर्निहित सकारात्मक प्रवृत्तियों के विकास के आधार पर नकारात्मक प्रवृत्तियों का सामना कर सकेंगे। आइये इस मॉड्यूल को ध्यान से पढ़ें।

विश्वास है कि जानकारी और प्रशिक्षण आपके लिए उपयोगी और प्रभावी सिद्ध होगा। चलिए! शुभकामनाओं के साथ पठन–पाठन की इस रचनात्मक प्रक्रिया के साझीदार बनते हैं।

4.0 विषय प्रवेश : विकास के लिए संचार –एक संवाद
(Introduction : Communication for Development – A Dialogue)

NOTES

इसके पूर्व के मॉड्यूल में हमने समाजकार्य के परिचय **(Introduction to Social Work)**, विकास के मुद्दे और समस्याएँ (**Issues and Problems of Development**) और नेतृत्व विकास (**Leadership Development**) के बारे में विस्तार से जाना। इस मॉड्यूल में हम आपको संचार के विविध पहलुओं से परिचित कराएँगे। इससे पहले कि हम संचार के बारे में बताएँ हम विकास के लिए नेतृत्वकर्ताओं द्वारा शब्दों के भावी ढंग से इस्तेमाल किये जाने के कौशल की जानकारी दे रहे हैं। इतिहास के झरोखे में देखें। वे कौन से शब्द थे, नारे थे जिन्होंने जादू किया। मुद्दों से लोगों को जोड़ दिया। शब्द, नारे, वाक्य, किसी अभियान की सफलता के प्रतीक बन गये। शब्दों ने ऐसा समां बांधा कि अभियान जो शुरू हुआ तो उसने सफलता के शिखर पर पहुँच कर ही दम लिया। भारत के स्वाधीनता संग्राम के संघर्ष में प्रचलित और प्रसिद्ध हुए कुछ ऐसे ही नारों की बात हम बता रहे हैं। वे शब्द बता रहे हैं जो नेतृत्वकर्ताओं के मुँह से निकले तो अनुयायियों के दिलों में उतरते चले गये। शब्दों ने जादू कर दिया।

वंदे मातरम् – बंकिमचन्द्र चटर्जी



भारत के स्वाधीनता संघर्ष का यह सबसे लोकप्रिय और प्रभावशाली नारों में से एक था जिसने भारत माता के प्रति जन–जन में आस्था और विश्वास का बीज बोकर राष्ट्रप्रेम की भावना का संचार किया। यह संपूर्ण स्वाधीनता संग्राम का विजय मंत्र बन गया। इस नारे से प्रभावित होकर असंख्य जनसमुदाय अपने हित–अहित की परवाह किये बगैर आजादी के आंदोलन में कूद पड़ा।

स्वराज मेरा जन्मसिद्ध अधिकार है और मैं इसे लेकर ही रहूँगा – बालगंगाधर तिलक



लाल, बाल, पाल (लाला लाजपतराय, बाल गंगाधर तिलक और विपिन चंद्र पाल) गरम दल के नेता थे। इस त्रयी में श्री बाल गंगाधर तिलक ने राष्ट्र का आह्वान किया 'स्वराज मेरा जन्मसिद्ध अधिकार है और मैं इसे लेकर ही रहूँगा' इस नारे ने भारतीय जनमानस में एक अभूतपूर्व उत्साह का संचार किया।

NOTES

इंकलाब जिंदाबाद – शहीद भगत सिंह



शहीद भगत सिंह के बलिदान को भला कौन भूल सकता है? उन्होंने हँसते–हँसते फांसी के फंदे को चूमा और हुंकार लगाई– 'इंकलाब जिंदाबाद।' पूरे देश में बच्चे–बच्चे की जुबान पर यह नारा था। राष्ट्र अंग्रेजों से देश को आजाद कराने का संकल्प ले रहा था।

तुम मुझे खून दो, मैं तुम्हें आजादी दूंगा – नेताजी सुभाषचंद्र बोस



नेताजी सुभाषचंद्र बोस ने आजाद हिंद फौज बनाई। राष्ट्र को स्वतंत्र करने का संकल्प लिया। फौज के वीर सिपाहियों को उन्होंने मंत्र दिया 'तुम मुझे खून दो, मैं तुम्हें आजादी दूंगा'। इस मंत्र ने जादू जैसा असर किया। हजारों नवयुवक जान हथेली पर रखकर राष्ट्र की स्वतंत्रता के लिए समर्पित होकर नेताजी के साथ चल दिये।

आराम हराम है – जवाहर लाल नेहरू



संघर्ष और बलिदानों की लंबी कड़ी के बाद देश ने आजादी का सूरज देखा। स्वतंत्र भारत के पहले प्रधानमंत्री पं0 जवाहर लाल नेहरू ने बागडोर संभाली। अभी–अभी स्वतंत्र हुए राष्ट्र के सामने बहुत सी चुनौतियां थीं। बहुत से काम थे। नेहरू का नारा था– **'आराम हराम है'**। देशवासियों ने ध्यान से सुना और सबने मिलकर सशक्त भारत के निर्माण का संकल्प लिया।

जय जवान–जय किसान – लाल बहादुर शास्त्री



स्वतंत्र भारत में जनसंख्या विस्फोट के कारण एक ओर अनाज कम था तो दूसरी ओर सीमाओं पर दुश्मनों से चुनौतियां मिल रही थीं। चट्टान से इरादों वाले तत्कालीन प्रधानमंत्री श्री लाल बहादुर शास्त्री ने अनाज की कमी को दूर करने के लिए और राष्ट्र को शत्रुओं से सुरक्षा के लिए 'जय जवान जय

किसान' का नारा दिया। जिसे बाद में भारत के एक और लोकप्रिय प्रधानमंत्री श्री अटल बिहारी वाजपेयी ने 'जय जवान–जय किसान–जय विज्ञान' कहकर युगानुकूल कर दिया।

NOTES

शब्दों के इस जादू को दोहराना आसान नहीं है। अपने देश में बहुत सी भाषाएं और बोलियां हैं। सब लोगों को एक साथ किसी एक भाषा में संदेश देना कठिन है। इस कठिन काम को बापू ने अपने एक संकेत से सरल कर दिखाया। उनका चरखा कातते हुए चित्र शब्दों से परे जाकर स्वतंत्रता, स्वदेशी और आत्मसम्मान का संदेश सहज ही पहुंचा देता है। शब्दों से परे संकेत भी कभी–कभी पूरी अवधारणा को सहज ही मन में बिठा देते हैं। जिसे मिटा पाना कठिन होता है। अच्छे विचारों और अच्छे कार्यों की छाप अमिट होती है।







इसी तरह आजादी के बाद जब देश में जनसंख्या विस्फोट हुआ और पूरे देश ने जनसंख्या के नियंत्रण को जरूरी समझना शुरू किया और उस समय यह लाल तिकोन पूरे देश में जनसंख्या नियंत्रण और परिवार कल्याण का प्रतीक बन गया। आज के दौर में हम सब एड्स की गंभीर बीमारी से परिचित हैं। जानते हैं कि इलाज की सीमित संभावनाएं हैं। केवल बचाव ही रक्षा का उपाय है और बचाव का यह चिह्न हमें सदाचार के मार्ग पर चलने की प्रेरणा देता है।

आइये देखें कि हम किन–किन तरीकों से अपनी बात प्रभावी ढंग से कह सकते हैं।

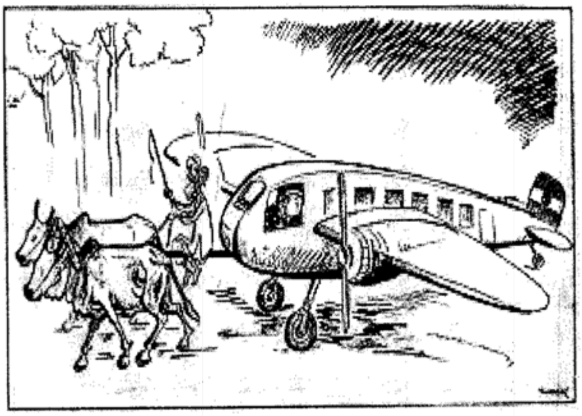
माध्यम	प्रस्तुति	संदेश
गीत	हम होंगे कामयाब छोड़ो कल की बातें फिर भी दिल है हिंदुस्तानी	सफलता की प्रेरणा नवाचार भारतीयता का भाव

NOTES

कविता	चाह नहीं मै सुरबाला के गहनों में गूँथा जाऊँ खूब लड़ी मर्दानी हिंद देश के निवासी	राष्ट्र प्रेम साहस और वीरता अनेकता में एकता
कहानी	पंच परमेश्वर हार की जीत पंचतंत्र	न्याय हृदय परिवर्तन प्रेरणास्पद कहानियाँ
पोस्टर	परिवार नियोजन वाला पोस्टर	नियोजित परिवार
रेडियो कार्यक्रम	मानव का विकास युववाणी हवा महल मन की बात	विज्ञान धारावाहिक युवा श्रोताओं का कार्यक्रम मनोरंजक रेडियो रूपक प्रधानमंत्री का राष्ट्र को सम्बोध
टेलीविजन कार्यक्रम	बुनियाद भारत एक खोज सत्यमेव जयते	विभाजन की त्रासदी ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य सामाजिक समस्याएँ
फिल्म	मदर इंडिया नया दौर तारे जमीन पर	ग्रामीण जीवन एवं श्रमशीलता मानव और मशीन बच्चों से अपेक्षाएँ

इसी प्रकार चित्र और कार्टून भी अपना अमिट प्रभाव छोड़ते हैं। इस बात को नीचे दिये गये दो उदाहरणों से समझा जा सकता है।





पहला चित्र सुप्रसिद्ध छायाकार रघु राय ने खींचा है जो बाद में भोपाल गैस त्रासदी का प्रतीक चित्र बन गया। इसी तरह शंकर का बनाया यह कार्टून अपने संदेश के कारण कालजयी हो गया।

NOTES

विकास–नेतृत्व–संचार की त्रिवेणी



अब तक इस चित्र को आप भली–भांति पहचान चुके होंगे। माड्यूल–2 में हमने इसकी व्याख्या विकास के संदर्भ में की थी। बताया गया था कि विकास के लिए सबसे पहले यह जानना आवश्यक है कि हम कहाँ हैं? हम कहाँ पहुँचना चाहते हैं? और वहाँ तक पहुँचने का रास्ता क्या है? रास्ते एक से अधिक भी हो सकते हैं और ऐसी स्थिति में रास्ते का चयन लक्ष्य पर पहुँचने के लिए लगने वाले समय अथवा तकनीक को ध्यान में रखकर करते हैं।

माड्यूल–3 में उपरोक्त चित्र की सहायता से आपको समझाया गया कि एक कुशल नेतृत्वकर्ता किस प्रकार अपने समूह को उनकी वर्तमान स्थिति का अहसास कराता है। फिर सबके साथ मिल–जुल कर लक्ष्य निर्धारित करता है और उपलब्ध समय और संसाधनों की दृष्टि से सबकी सहभागिता से रास्ते का चयन करता है। रास्ते के चयन में जोखिम हो सकते हैं। लक्ष्य भी आभासी हो सकता है लेकिन एक कुशल नेतृत्वकर्ता जोखिम की परिस्थितियों में साहसपूर्वक सही रास्ते का चुनाव कर समुदाय को मंजिल पर पहुँचाता है।

माड्यूल–4 में हम आपका ध्यान पुनः उपरोक्त रेखा चित्र की ओर लाना चाहते हैं। एक कुशल नेतृत्वकर्ता को जनसमूह को अपने साथ लाने के लिए प्रभावी संचार का सहारा लेना पड़ता है। नेतृत्वकर्ता उचित और प्रभावी संचार माध्यमों के जरिये ही जनता को उनकी वर्तमान स्थिति, उनके लक्ष्य और उसके पहुँचने का रास्ता बताता है। यह रोचक प्रक्रिया है। पूर्व के उदाहरणों में हमने देखा कि किस प्रकार नेताजी सुभाषचन्द्र बोस, लोकमान्य बाल गंगाधर तिलक और अंततः गांधीजी ने देश के स्वतंत्रता आंदोलन में असंख्य लोगों की भागीदारी सुनिश्चित करने के लिए संचार का प्रभावी उपयोग किया।

NOTES

संचार के संदर्भ में हम इस चित्र की व्याख्या पूर्व में दिये गये उदाहरणों के माध्यम से कर रहे हैं। 'स्वराज्य मेरा जन्म सिद्ध अधिकार है और हम इसे लेकर ही रहेंगे।' नारे में तिलक ने लक्ष्य के रूप में स्वराज को और रास्ते के रूप में अथक संघर्ष को चिन्हित किया था। लेकर ही रहेंगे के नारे में प्रयासों की निरंतरता पर बल था किंतु संदेश छुपा था कि अंत में विजय मिलकर ही रहेगी। **हम स्वराज लेकर ही रहेंगे।** नेता जी के नारे **'तुम मुझे खून दो, मैं तुम्हें आजादी दूँगा'** में भी लक्ष्य और रास्ते की बात है। नेताजी के लिए आजादी एक लक्ष्य है और संघर्ष एक रास्ता था। जिसमें उन्होंने समर्पण और बलिदान की अपेक्षा राष्ट्र से की। वर्तमान स्थिति को बताने वाली बहुत सी युक्तियाँ भारतेन्दु हरिश्चन्द्र की पंक्तियों में मिलती हैं। किन्तु दक्षिण भारत के कवि सुब्रमण्यम भारती ने भारत की तत्कालीन समाज की दशा को बहुत ही प्रभावी शब्दों में व्यक्त किया है –

एक किसान गाता है –

मैंने जिस फल को उगाया
उसको कर्जन नामक बंदर छीन लेगा ?
या स्थानीय सामंत गिलहरी बनकर कुतरेंगे
यदि यह नहीं भी हो तब मैं शान्ति से
खा पाऊँगा या गले में अटक जायेगा।

गाँधी जी के सम्पूर्ण आंदोलन में हम वर्तमान स्थिति, रास्ते और लक्ष्य को संचार करते हुए स्पष्ट देख सकते हैं। समय के साथ गाँधी जी के आंदोलन में जो तीव्रता और पैनापन आया है उससे भी उनके संदेशों में सहज अभिव्यक्ति मिली। गाँधी जी का लक्ष्य तिलक से आगे बढ़कर **स्वराज नहीं, सुराज था।** वे केवल अंग्रेजों की दासता के बंधन ही नहीं खोलना चाहते थे बल्कि अतार्किक, अवैज्ञानिक और रूढ़िवादी मान्यताओं की बेड़ियों से भी जकड़े भारतीय समाज को आजादी दिलाना चाहते थे। वे चाहते थे कि हुक्मरानों के रूप में गोरे लोग चले जाएँ और भारतीय काबिज हो जाएँ, तो यह सच्ची स्वतंत्रता नहीं होगी। सच्ची स्वतंत्रता ग्राम की आत्मनिर्भरता, विचार–व्यवहार की शुचिता, परस्पर भाई–चारे और सामाजिक कुरीतियों से मुक्ति में है। आइये, गाँधी जी ने अपने दर्शन को किस प्रकार शब्दों में पिरोकर लोगों तक पहुँचाया– इस सफल संचार की कहानी को जानते हैं।

दक्षिण अफ्रीका में मजदूरी के लिये गये भारतीय समाज को अहिंसक संघर्ष से संवैधानिक अधिकार दिलाने में सफलता का श्रेय लेकर गाँधी भारत लौटे। गोपाल कृष्ण गोखले के परामर्श पर उन्होंने पूरे देश का भ्रमण किया और

NOTES



सबसे पहले असहयोग आंदोलन के लिए लोगों का आह्वान किया। उन्होंने कहा वकील–कोर्ट और छात्र स्कूल–कालेज छोड़ें। उनका यह संवाद लोगों में तेजी से लोकप्रिय हुआ। अनेकों लोग अपना काम–काज और स्कूल–कालेज छोड़कर आजादी के आंदोलन के सच्चे सिपाही बन गये।

इस सफलता के बाद गाँधी जी ने एक कदम और आगे बढ़ाया। एक प्रतीकात्मक कदम था। खुद नमक बनाने का। गाँधी जी इस कार्य से संदेश देना चाहते थे कि अपनी रोजी–रोटी पर हम किसी और का हस्तक्षेप बर्दाश्त नहीं करेंगे। पूरे देश में आत्म–सम्मान और आत्म–निर्भरता की भावना के इस प्रतीक से गाँधी जी ने संचार किया।

गाँधी जी अब और सक्रिय थे। बम्बई से आवाज दी– भारत छोड़ो। गाँधी जी का यह अब तक का सबसे तीव्रतम संचार था। तीव्रतम असर भी हुआ। भारत छोड़ो आंदोलन स्वाधीनता संघर्ष के सबसे सफल आंदोलनों में से एक बना और इसने अंग्रेजों के जाने का रास्ता पक्का कर दिया। किन्तु निर्णायक संचार अभी बाकी था।



आजादी के संघर्ष में गाँधी जी का अंतिम नारा था '**करो या मरो**।' गाँधी जी ने इसमें वर्तमान स्थिति, लक्ष्य और रास्ते तीनों को बड़ी कुशलता से दो शब्दों में पिरो दिया। गाँधी जी संचार विज्ञानी नहीं थे, लेकिन संचार कला के विशेषज्ञ थे। उन्होंने अपने नारे से हर एक भारतीय में जान फूँक दी। उन्होंने कह दिया कि आजादी के संघर्ष का यह अंतिम अवसर है। इसमें कूद पड़ो या दासता के जीवन में घुट–घुट कर मरो। गाँधी जी के इस संदेश का जादुई असर हम 1947 में भारत की स्वतंत्रता के रूप में देखते हैं।

NOTES

विकास, उसके लिए आवश्यक नेतृत्व और जनसहभागिता के लिए आवश्यक प्रभावी संचार इन्हीं तीन कड़ियों के मिलने से विकास का अटूट ताना–बाना बनता है। विकास, नेतृत्व और संचार की त्रिवेणी में ही बदलाव की मानसिकता के संगम के दर्शन होते हैं। नेतृत्व शब्दों के जरिये लोगों को जागृत करता है। वर्तमान स्थिति समझाता है। सही रास्ते को चुनने का विकल्प दिखाता है और फिर मंजिल तक पहुँचाता है। इस माड्यूल में हम विकास के लिए आवश्यक संदेशों को संप्रेषित (संचारित) करने में प्रभावी उपकरण के रूप में समझेंगे और समझायेंगे।

हमने जाना

- स्वाधीनता संग्राम और उसके बाद जनसमूह को लक्ष्य से जोड़ने के लिए नेतृत्वकर्ताओं द्वारा प्रभावी संप्रेषण के बहुत सफल परिणाम मिले हैं।
- संचार समाज को सामूहिक रूप से विकास के संदर्भ में लक्ष्य की अनुभूति कराने का, सही रास्ता बताने का और सबको साथ लेने का प्रभावी साधन है।
- वर्तमान समय में भी सही और प्रभावी संचार से विकास की योजनाओं से जनता को सफलतापूर्वक जोड़ा जा सकता है।

कठिन शब्दों के अर्थ

स्वराज– स्वराज का अर्थ अपने शासन से है। अंग्रेजों की पराधीनता के काल में जनता की माँग थी– स्वराज। अर्थात् अंग्रेजी शासन का अंत और शासन की बागडोर भारतीयों के हाथ में।

सुराज– सुराज का अर्थ है अच्छा शासन। अच्छा राज। अर्थात् जब शासन अच्छे ढंग से चलता है। सही नीतियां बनाता है। निष्पक्षता से लागू करता है। सभी के हित में कार्य करता है तो इसे सुराज कहते हैं। यह आवश्यक नहीं कि स्वराज आ जाए तो सुराज भी होगा। गाँधी जी ने इसलिए दोनों ही बातों पर बराबर जोर दिया था।

संवैधानिक अधिकार– किसी देश में कानून व्यवस्था को बनाए रखने के लिए कुछ व्यवस्थाएं और नियम निर्धारित किये जाते हैं। राष्ट्र के संदर्भ में नागरिकों को जिन नियमों का पालन करना होता है और जिन मार्गदर्शक सिद्धांतों के अंतर्गत आचरण करना होता है उसे संविधान कहते हैं। संविधान में प्रदत्त अधिकारों को संवैधानिक अधिकार कहा

जाता है। भारतीय संविधान और संवैधानिक अधिकारों के बारे में आप विधिक साक्षरता मॉड्यूल में विस्तार से पढ़ेंगे।

NOTES

अभ्यास के प्रश्न

1. सही जोड़ी बनाइये–

1.	नेताजी सुभाष चंद्र बोस	भारत छोड़ो
2.	लोकमान्य बालगंगाधर तिलक	इंकलाब जिंदाबाद
3.	महात्मा गाँधी	आराम हराम है
4.	जवाहर लाल नेहरू	तुम मुझे खून दो, मैं तुम्हें आजादी दूँगा
5.	शहीद भगत सिंह	स्वराज मेरा जन्मसिद्ध अधिकार है....

2. आजादी के बाद के वर्षों में नेतृत्वकर्ताओं द्वारा दिये गये पांच नारों को लिखिये। इनका संदर्भ भी स्पष्ट कीजिए।
3. तीन शासकीय योजनाओं के नाम लिखिए जिनके प्रचार–प्रसार का तरीका आपको सर्वाधिक पसंद है। अपनी पसंदगी का कारण भी 100 शब्दों में स्पष्ट कीजिए।
4. अपने मनपसंद रेडियो कार्यक्रम और टेलीविजन कार्यक्रम का नाम लिखिए।
5. अपने क्षेत्र की समस्याओं से संबंधित जनजागरूकता के लिए दो नारे लिखिए।

आओ करके देखें

1. आपके क्षेत्र में विकास से संबंधित कोई न कोई जन आन्दोलन अवश्य हुए होंगे। क्षेत्र के पुराने लोगों से चर्चा कर उसमें संचार के लिये अपनाये गये नारों और लोगों को जोड़ने के लिये बनाई गई संचार–योजनाओं के बारे में विस्तार से लिखिये।
2. अपने क्षेत्र में संचालित किन्ही 10 शासकीय योजनाओं की सूची बनाइये। साथ ही एक तालिका बनाइये और बताइये कि आपके आसपास के क्षेत्र में इन योजनाओं की सूचना किस संचार माध्यम से पहुँचती है?

NOTES

3. आप अपने आसपास के परिवेश की जानकारी के आधार पर बताइये कि निम्नलिखित संदेशों को लोगों तक पहुँचानें में कौन से माध्यम प्रभावी हो सकते है ?

(a) खुले में शौच न करना। (b) लड़के–लड़की में भेदभाव न करना।

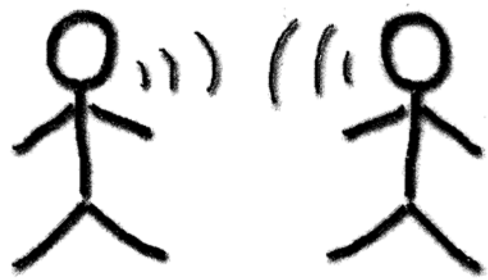
(c) प्रतिदिन शाला जाना। (d) पानी व्यर्थ न बहाना।

अधिक जानकारी के लिए संदर्भ सूत्र

1. भारतीय स्वतंत्रता संग्राम और नेताओं के बारे में जानने के लिए रिचर्ड एटनबरो द्वारा निर्मित 'गाँधी' फिल्म और श्याम बेनेगल द्वारा बनाई गई 'मेकिंग ऑफ ए महात्मा' फिल्म देखें।
2. दूरदर्शन पर प्रसारित भारत एक खोज धारावाहिक की अनेक कड़ियों में स्वतंत्रता संग्राम की बड़ी अच्छी झाँकी मिलती है। उपलब्धता के आधार पर इस धारावाहिक के वीडियो को भी देखें।
3. भारतीय संविधान की जानकारी के लिए सुभाष कश्यप की पुस्तक 'हमारा संविधान' पढ़ें।
4. इसके अलावा भी भारतीय स्वतंत्रता संग्राम हमारे नेताओं और उनके प्रभावी संप्रेषण से जुड़े अनेक वीडियो और ऑडियो बाजार में उपलब्ध हैं जिन्हें देखा–सुना जा सकता है।

■■■

4.1 वैचारिक ढांचा (Conceptual Framework)

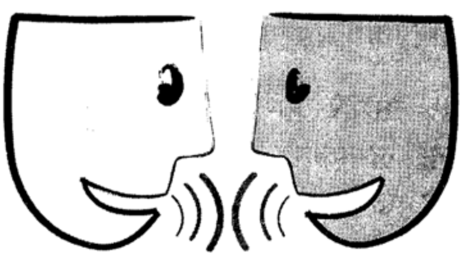


रोटी, कपड़ा और मकान की तरह ही संचार भी मानव की मूल आवश्यकता है। इसके बगैर आदमी का जीवन नहीं चल सकता। धरती पर मानव के आने के साथ ही संचार का क्रम भी शुरू हो गया था। पहले के मानव ने शब्द, बोली और भाषा के बगैर चित्रों, प्रतीकों और संकेतों के माध्यम से अपनी बात दूसरे तक पहुँचाने की जरूरत को पूरा किया। उसके बाद धीरे–धीरे पहले बोली और फिर भाषा का विकास हुआ। इतिहास में मानव द्वारा चित्रों और शिलालेखों के माध्यम से संचार करने के अनेक उदाहरण मिलते हैं। मनुष्य पैदा होते ही रोकर अपनी उपस्थिति का अहसास कराता है। यह भी संचार का ही एक रूप है। मानव ने समाज में रहना भी संचार की इसी जरूरत को पूरा करने के लिए किया। संचार हम सबके लिए बहुत जरूरी है। इसके बिना हमारा जीवन नहीं चल सकता।

समाज में अपनी भूमिका सुनिश्चित करने के लिए मानव निरंतर संचाररत रहता है। चाहकर भी वह असंचार की स्थिति में नहीं रह सकता। चाहे वह किसी से संवाद करे या न करे वह संचाररत तो रहता ही है। संचार के बिना मनुष्य का गुजारा असंभव है।

NOTES

4.1.1 संचार की अवधारणा (Concept of Communication)



संचार को हम दो तरीकों से समझ सकते हैं। सामान्य भाषा में कहें तो बोलने–बताने की कला संचार है जो मानव को प्रकृति ने जन्म से ही दी है। पहले वह रोकर और अपने हाव–भाव से अपनी जरूरतों को प्रकट करता है और बाद में इसकी अभिव्यक्ति भाषा के रूप में करता है।

संचार का अर्थ

संचार को विद्वान अपने ढंग से बताते–समझाते हैं। विद्वान मानते हैं कि संचार शब्द का अंग्रेजी पर्यायवाची 'कम्युनिकेशन' (Communication) ग्रीक भाषा के शब्द 'कम्युनिस' (Communis) से लिया गया है। जिसका उस भाषा

NOTES

में अर्थ होता है– आदान–प्रदान या साझेदारी। यह साझेदारी जमीन–जायदाद, रुपये–पैसे या जागीर–संपत्ति की न होकर व्यक्ति की अपनी जानकारी, उसके अनुभव, उसके ज्ञान, उसकी संवेदना की होती है। ऐसा भी कह सकते हैं कि एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति के बीच जानकारी, अनुभव या ज्ञान का आदान–प्रदान या साझेदारी ही संचार है।

संचार विचारों के अभिव्यक्ति को एक प्रभावी प्रक्रिया है। यह तब घटित होता है जब एक व्यक्ति के विचार दूसरे व्यक्ति तक पहुँचता है और यथावत्, पूर्ण और स्पष्ट ग्राह्य होता है।

संचार की परिभाषा



अनेक विद्वानों ने संचार को निम्नलिखित रूपों में परिभाषित किया है:–

'सामान्यता के आधार पर अनुभवों की साझेदारी संचार है।'– विल्बर श्रैम

'सामान्यता को समृद्ध करने वाली प्रक्रिया संचार है।' –डेनिस मैक्वेल

'दो या दो से अधिक व्यक्तियों के बीच विचारों और तथ्यों का आदान–प्रदान ही संचार है।' –न्यूमैन और शूमर

'सूचना का आदान–प्रदान ही संचार है।' –काट्स एवं खान

संचार का महत्त्व

संचार मानव की मूलभूत आवश्यकता है। संचार के जरिये एक व्यक्ति अपनी जानकारी, विचारों और अनुभवों को दूसरे के साथ साझा करता है। संचार के लिए ही व्यक्ति को समाज की आवश्यकता है क्योंकि सामाजिक परिवेश में ही वह विचारों का आदान–प्रदान कर सकता है। संचार के प्रभावी उपयोग से हम अपनी बात को अच्छी तरह से लोगों के सामने रख सकते हैं। इस तरह संचार व्यक्तिगत और सामाजिक जीवन दोनों ही दृष्टियों से बहुत महत्त्वपूर्ण है।

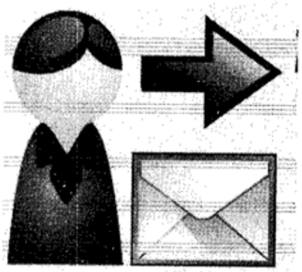
4.1.2 संचार की प्रक्रिया और तत्व

(Elements & Process of Communication)

NOTES

आपने पहले जाना कि दो या दो से अधिक व्यक्तियों के बीच सूचनाओं और विचारों का आदान–प्रदान ही संचार है। किंतु संचार की यह प्रक्रिया जटिल और बहुआयामी है। संचार को संपन्न करने के लिए संचारक से लेकर गंतव्य तक की यात्रा करनी पड़ती है। इसे संचार के तत्वों के रूप में समझ सकते हैं। उदाहरण के लिए आप अपने मित्र को टेलीफोन से उसके पास होने की खबर सुनाते हैं और खबर सुनकर वह प्रसन्न होता है और इस खबर को देने के लिए आपका धन्यवाद करता है। इस प्रक्रिया में आप संचारक कहलाते हैं। पास होने की खबर संदेश कहलाती है। टेलीफोन माध्यम कहलाता है। आपका मित्र गंतव्य या प्राप्तकर्ता होता है और व्यक्त की गयी प्रसन्नता की अभिव्यक्ति जब आप तक पहुँचती है तो इसे प्रतिपुष्टि या फीडबैक कहते हैं। आइए संचार के तत्वों को विस्तार से समझते हैं।

प्रेषक (Sender)



संचार में संचार करने वाला या अपनी बात कहने वाला या संदेश देने वाला प्रेषक, स्रोत या संचारकर्ता कहलाता है। संचार का प्रभावी होना स्रोत की कुशलता पर निर्भर करता है। कक्षा में पढ़ाने वाला शिक्षक संचारकर्ता होता है। जब आप अपने मित्र से कोई जानकारी या अनुभव साझा करते हैं तो आप संचारकर्ता, संचारक या संचारकर्ता की भूमिका में होते हैं। संचार प्रक्रिया तब शुरू होती है जब एक संचारक के मन में कोई विचार उत्पन्न होता है। संचारक उस विचार को किसी दूसरे व्यक्ति, समूह या संस्था को भेजता है जिससे उसे अपने उद्देश्य की प्राप्ति करनी होती है। एक अच्छी संचार प्रक्रिया के लिए यह जरूरी है कि एक संचारक के मन में यह स्पष्ट होना चाहिए कि वह क्या संदेश देना चाहता है। संचारक एक व्यक्ति, समूह या संगठन भी हो सकता है।

संदेश (Message)



संचार करते समय जो जानकारी या विचार साझा किये जाते हैं उन्हें संदेश कहा जाता है। संदेश को गंतव्य तक पहुंचाना ही संचारकर्ता या संचारक का उद्देश्य होता है। संदेश वह विचार है जो शब्दों, प्रतीक–चिह्नों या अन्य माध्यमों द्वारा प्राप्तकर्ता तक भेजा

NOTES

जाता है। संचार के प्रभावी होने के लिए संदेश का स्पष्ट होना बहुत जरूरी है। मित्र से बातचीत के समय आप जो बात उसके सम्मुख रखते हैं, वह संदेश कहलाता है। लिखकर बातचीत करने में भी संदेश की स्पष्टता का विशेष महत्त्व होता है। उदाहरण के लिए एक विराम चिह्न के अंतर से पूरा संदेश बदल सकता है– रोको, मत जाने दो। यही संदेश इस रूप में लिख दिया जाए– रोको मत, जाने दो। तो इसका अर्थ ही बदल जाएगा।

माध्यम (Channel)



संचार करते समय माध्यम महत्त्वपूर्ण होते हैं। माध्यम संदेश के वाहक होते हैं जो संचारक से श्रोता तक उसे पहुंचाने का कार्य करते हैं। दो या दो से अधिक व्यक्तियों के संवाद में भाषा और शब्द माध्यम का कार्य करते हैं। लेकिन यदि दूरी अधिक हो तो संचार के लिए कृत्रिम माध्यमों का उपयोग करना पड़ सकता है, जिसकी जानकारी हम आपको अगले अध्याय में देंगे। माध्यम संचारक और श्रोता के बीच महत्त्वपूर्ण कड़ी है जो संचार को प्रभावी बनाने में महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

प्राप्तकर्ता या श्रोता (Receiver)



संचार में हम जिस व्यक्ति तक अपनी बात पहुंचाना चाहते हैं, उसे प्राप्तकर्ता या श्रोता कहते हैं। टेलीफोन वाले उदाहरण में परीक्षा पास होकर खुशी व्यक्त करने वाला आपका मित्र प्राप्तकर्ता या श्रोता कहलाता है।

प्रतिपुष्टि, फीडबैक (Fedback)



संचार में प्राप्तकर्ता द्वारा संदेश को प्राप्त कर लेना ही पर्याप्त नहीं है। जब वह संदेश पर अपनी प्रतिक्रिया पुनः संचारकर्ता तक पहुँचाता है तो इसे फीडबैक या प्रतिपुष्टि कहते हैं। संचार को दो या दो से अधिक व्यक्तियों के बीच सूचनाओं के आदान–प्रदान की प्रक्रिया के रूप में

NOTES

समझा जा सकता है। इस प्रक्रिया का सरल और प्रभावी वर्णन **हैराल्ड लासवैल** की इस प्रश्नावली में मिलता है:–

- **कौन कहता है – संचारक**
- **क्या कहता है – संदेश**
- **किससे कहता है – श्रोता**
- **किस माध्यम से कहता है – माध्यम**
- **किस प्रभाव से कहता है – प्रभाव**

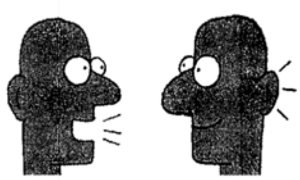
संचार की प्रक्रिया को सहजता से वर्णित करता है। इस प्रकार हम समझ सकते हैं कि दो या दो से अधिक व्यक्तियों के बीच अनुभव, ज्ञान और संवेदनाओं की साझेदारी संचार है जो एक सुव्यवस्थित प्रक्रिया के रूप में घटित होती है और जिसके लिए स्रोत, संदेश, माध्यम, श्रोता और फीडबैक का होना आवश्यक है। कभी–कभी संचार और सूचना में विभेद करना कठिन होता है किंतु इसका सरल सूत्र यह है कि जब संचारक से कोई संदेश श्रोता तक पहुंचता है और किसी प्रकार की प्रतिपुष्टि आवश्यक नहीं होती तो यह सूचना है, किंतु प्रतिपुष्टि के साथ जब सूचना संचारित होती है तो इसे संचार कहते हैं। संक्षेप में सूचना एकपक्षीय होती है और संचार द्विपक्षीय।





4.1.3 संचार के प्रकार (Types of Communication)

संचार के प्रकारों का वर्गीकरण दो आधारों पर किया जा सकता है–



(1) संचार में भाषा के प्रयोग के आधार पर।

(2) संचार प्रक्रिया में शामिल व्यक्तियों की संख्या के आधार पर।

NOTES

(1) संचार में भाषा के प्रयोग के आधार पर

संचार में प्रयुक्त भाषा के आधार पर प्रकारों को समझने से पूर्व आइये इस उदाहरण को ध्यान से समझते हैं –

किसी कक्षा में बातचीत करने वाले, शोर मचाने वाले और दूसरे छात्रों के काम में बाधा डालने वाले छात्रों को शिक्षक या शिक्षिका बार–बार ऐसा न करने के लिए कहते हैं किंतु जब आप सड़क पर चलते हैं तो ट्रैफिक सिग्नल पर खड़ा सिपाही बिना कुछ बोले ही बहुत से वाहनों को रुकने और चलने का निर्देश देता है और सभी उसी का पालन करते हैं। उदाहरण का पहला भाग भाषा या शब्दों के उपयोग से संचार का है जबकि उदाहरण के दूसरे भाग में संकेतों के आधार पर बिना शब्द या भाषा का उपयोग किये संचार किया जा रहा है। आइये इन्हें विस्तार से समझते हैं।

मौखिक संचार



मौखिक संचार में सूचनाएँ लिखित या लिपिबद्ध न होकर केवल बातचीत के माध्यम से प्राप्तकर्ता तक पहुँचती हैं। संचार की इस प्रक्रिया द्वारा संचार एवं प्राप्तकर्ता के बीच में संवाद स्थापित होता है। मौखिक संचार के द्वारा ज्ञान का प्रसार सर्वाधिक गति से होता है क्योंकि अधिकतर मौखिक संचार आमने–सामने ही होता है। इसके अलावा संचार के तकनीकी माध्यमों जैसे टेलीफोन, मोबाइल फोन आदि के माध्यम से भी मौखिक संचार किया जा सकता है। मौखिक संचार व्यक्तिगत, अनौपचारिक और लचीला होता है जो व्याकरण के सामान्य नियमों से बंधा नहीं होता है।

जीवन में कुछ निर्देश बोलकर, बताकर या लिखकर दिये जाते हैं जबकि कुछ संकेत प्रतीक और ध्वनि प्रभाव के माध्यम से व्यक्त होते हैं। प्रेशर कुकर की सीटी, ध्वनि प्रभाव से खाना पकने का संदेश देती है तो फोन की घंटी संचारक के संदेश की सूचना देती है। जो संदेश बोलकर या लिखकर साझा किये जाते हैं तो ऐसे संचार को वाचिक, शाब्दिक या स्थूल संचार कहा जाता है। जिस संचार में संदेश ध्वनि प्रभाव, प्रतीक या संकेतों के माध्यम से होता है, उसे अशाब्दिक या अवाचिक या सूक्ष्म संचार कहते हैं।

अमौखिक संचार



मनुष्य सदा संचाररत रहता है। वह अपनी भावनाओं और संदेशों को सतत् अभिव्यक्त करता है। हम पूरे दिन में जितनी जानकारी और अनुभव दूसरों से साझा करते हैं उसका अधिकांश हिस्सा प्रतीकों या संकेतों के रूप में होता है। खाना खाते समय रोटी लेने या न लेने, पानी माँगने और खाना पूरा हो जाने का पूरा संचार लगभग संकेतों के माध्यम से ही होता है।

NOTES

संचार केवल भाषा एवं शब्दों के माध्यम से ही नहीं होता है बल्कि संचार अमौखिक या अशाब्दिक भी होता है। जैसे विभिन्न प्रकार से आवाजें निकालना, शरीर की विभिन्न भाव–भंगिमाएं, चेहरे का हाव–भाव आदि। ऐसे संचार में प्रेषक प्राप्तकर्ता तक अपनी भावनाओं को बिना शब्दों के भी पहुंचा सकता है। संचार की प्रक्रिया में अमौखिक संचार का विशेष महत्त्व होता है क्योंकि हम हमेशा अपनी बात को शब्दों के द्वारा नहीं कह सकते। ऐसी स्थिति में अमौखिक संचार ही प्रभावी होता है।

विभिन्न शारीरिक मुद्राओं के अलावा अपनी पोषाक व वेशभूषा के माध्यम से भी हम अमौखिक संचार कर सकते हैं। यद्यपि कई बार अमौखिक संचार का गलत अर्थ निकाले जाने के कारण यह अप्रभावी हो जाता है। स्पर्श भी अमौखिक संचार का ही एक माध्यम है। दोस्तों से हाथ मिलाना, स्नेहवश किसी छोटे बच्चे के गाल थपथपाना और अन्य अवसरों पर अपने मित्र के कंधे पर हाथ रखना, हाथ पकड़ना या गले मिलना भी अमौखिक संचार के ही रूप हैं। यह सब इस पर निर्भर करता है कि सामने वाले व्यक्ति से हमारा संबंध कैसा है।

संचार में व्यक्तियों की संख्या के आधार पर जो वर्गीकरण किया गया है वह है–

- अन्त वैयक्तिक संचार (एक व्यक्ति)
- अन्तर्वैयक्तिक संचार (दो या दो से अधिक व्यक्ति)
- समूह संचार (जनसमूह)
- जनसंचार (अलग–अलग प्रकृतियों के असंख्य लोगों का समूह)

व्यक्तियों के आधार पर संचार के प्रकारों को हम आगे की इकाई में विस्तार से समझेंगे।

NOTES

4.1.4 संचार के कार्य (Functions of Communication)

हमने जाना कि संचार में अभिव्यक्ति के सभी रूप शामिल होते हैं चाहे वे शाब्दिक हों या संकेतों और प्रतीकों के माध्यम से। संचार निरुद्देश्य प्रक्रिया नहीं है। आवश्यकता पड़ने पर ही हम सूचनाओं, विचारों और अनुभवों को उपयुक्त व्यक्ति के साथ साझा करते हैं। संचार के प्रमुख कार्य हैं–

- **भावनाएँ व्यक्त करना**



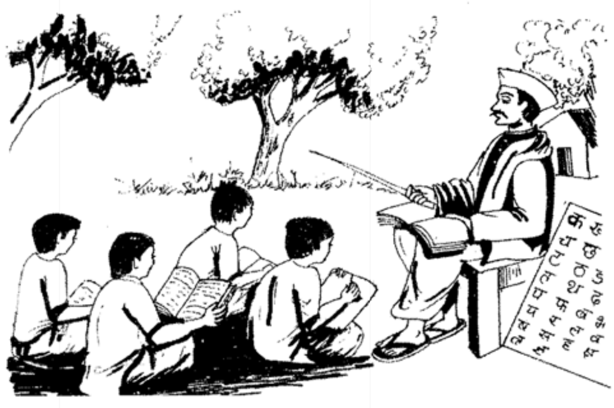
मनुष्य एक सामाजिक प्राणी है। वह रोटी, कपड़ा और मकान की मूलभूत सुविधाओं के साथ समूह में रहना व अपनी मन की भावनाओं को एक दूसरे से साझा करना पसंद करता है। संचार उसके लिए समाज में बने रहने के लिए अत्यंत आवश्यक है। इसके बिना वह समाज में रह नहीं सकता। संचार के द्वारा ही वह अपनी भावनाओं को व्यक्त कर समाज में अपना अस्तित्व बनाए रखता है।

- **सूचनाओं का आदान–प्रदान**



संचार केवल बातचीत नहीं है। संचार के द्वारा हम व्यक्ति, परिवार, समाज से जुड़ी विभिन्न गतिविधियों व घटनाओं को भी एक दूसरे से साझा करते हैं जिससे हमें विभिन्न प्रकार की सूचनाओं का ज्ञान प्राप्त होता है। उन सूचनाओं को हम जब अन्यों से साझा करते हैं तो इस प्रकार उन सूचनाओं का संचार और प्रसार होता है।

- **शिक्षित करना**



विभिन्न प्रकार के विषयों को समझना व उनके अनुसार कार्य करने की प्रेरणा हमें संचार से ही मिलती है। जैसे– कन्या भ्रूण हत्या नहीं करना, यह अपराध है। दहेज नहीं देना, भ्रष्टाचार न करना और न करने देना इत्यादि। संचार हमें विभिन्न भ्रांतियों, कुरीतयों व बुराइयों से अवगत कराता है व समाज के लिए कुछ अच्छा कार्य करने के लिए प्रेरित करता है।

NOTES

- **निर्देश देना, प्रेरित करना व मनाना–समझाना**



विभिन्न परिस्थितियों, घटनाओं, दुर्घटनाओं व समाज में फैली व्याधियों के प्रति भी संचार निर्देशित करता है कि हम क्या करें और क्या न करें? जैसे बरसात में डेंगू से बचने के लिए खुले स्थान पर पानी को इकट्ठा न होने देने के लिए निर्देशित करना। इसके अलावा संचाररत् मनुष्य एक दूसरे को भी निर्देशित करते हैं।

- **मनोरंजन**



मनुष्य अपनी दिनचर्या की निरंतरता से अपना ध्यान हटाने के लिए मनोरंजन चाहता है। जहां कुछ पलों के लिए वह अपने जीवन से जुड़ी परेशानियों व मुसीबतों को भुलाना चाहता है जिससे अपने में परिस्थितियों का सामना करने के लिए सकारात्मक ऊर्जा का संचार कर सके। संचार अथाह मनोरंजन प्रदान करता है। हमारी ग्रामीण पृष्ठभूमि में – गीत–संगीत, लोकनृत्य, मेले, त्योहार, तमाशा, कठपुतली नाच आदि हमें विभिन्न प्रकार से मनोरंजित करते हैं। आज के आधुनिक संचार माध्यम जैसे रेडियो, टेलीविजन, फिल्म विभिन्न रूपों में सूचना और शिक्षा देने के साथ–साथ हमारा भरपूर मनोरंजन भी करते हैं।

- **सांस्कृतिक आदान–प्रदान करना**

संचार हमें एक दूसरे की संस्कृति को समझने व जानने का अवसर देता है। साथ ही संचार के द्वारा एक संस्कृति की पहचान दूसरी संस्कृति तक

NOTES

पहुंचती है। जहां रीति–रिवाज, भाषा–बोली, पहनावा अमौखिक संचार के माध्यम से अपनी पहचान व श्रेष्ठता का परिचय देता रहता है, वही विभिन्न संस्कृतियां समय–समय पर अमौखिक संचार के द्वारा अपनी संस्कृति की छाप बनाती है ? खुद की श्रेष्ठता जाहिर करती है। जैसे सिर पर पगड़ी बाँधना, महिलाओं के द्वारा रंग–बिरंगी साड़ियां व विभिन्न जनजातियों के द्वारा गोदने की तरह–तरह की आकृतियों से स्वयं को दूसरों से श्रेष्ठ बताना प्रमुख हैं।

• एकता व सामंजस्य स्थापित करना



संचार के द्वारा विभिन्न समाज व संस्कृतियां एक–दूसरे से जुड़ती हैं, एक–दूसरे को जानती–समझती हैं और आपस में सामंजस्य स्थापित करती हैं। इससे समाज में एकता व भाईचारा बढ़ता है। संचार सहजता से या चुपके से दो समाजों में गहरा संबंध जोड़ देता है। संचार से विभिन्न समाज ही नहीं जुड़ते बल्कि यह हमारे समूचे राष्ट्र को एकता व अखंडता के सूत्र में पिरोता है।

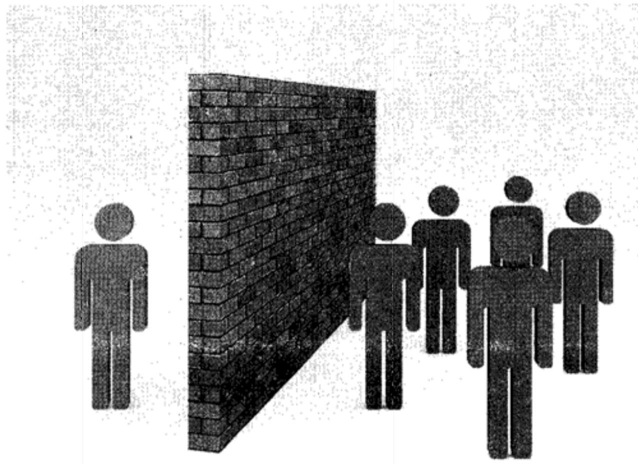
4.1.5 संचार में बाधाएँ (Barriers of Communication)



संचार की सहज लगने वाली प्रक्रिया भी बाधाओं से मुक्त नहीं है। प्रभावी संचार की राह में अनेक बाधाएँ होती हैं जिन्हें निम्नलिखित रूपों में समझा जा सकता है।

भौतिक बाधाएँ

समय, स्थान, दूरी, वातावरण और शोर संचार की प्रमुख भौतिक बाधाएँ मानी जाती हैं। यदि संचारक और श्रोता के बीच दूरी बहुत अधिक है या संदेश को ग्रहण करने में किसी अन्य भौतिक कारण से दिक्कत आ रही हो तो ऐसी स्थिति में संदेश को ग्रहण करने की क्षमता प्रभावित होती है। जैसे संदेश के प्राप्तकर्ता द्वारा प्रयोग किये जाने वाले उपकरणों (जैसे टेलीफोन, मोबाइल फोन आदि) की खराब गुणवत्ता आदि के कारण संचार में बाधाएँ आती हैं। शोर और



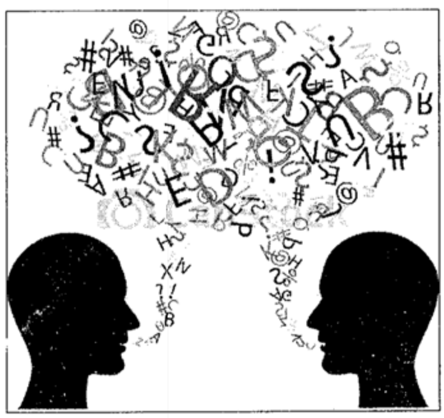
सूचना की अधिकता के कारण भी प्राप्तकर्ता तक संदेश सही रूप में नहीं पहुँच पाता।

NOTES

इसके अलावा तकनीकी बाधाओं के कारण भी संचार में अवरोध उत्पन्न होते हैं। जैसे–मोबाइल फोन का नेटवर्क कम होना या न होना। टेलीफोन लाइन में खराबी के कारण भी हम दूरसंचार माध्यमों से सही ढंग से संचार नहीं कर पाते।

भाषा एवं सांस्कृतिक विभिन्नता संबंधी बाधाएँ

यह विडंबना ही है कि भाषा का उद्भव विचारों के संप्रेषण के लिए ही हुआ है किंतु कई बार भाषा ही विचार संप्रेषण की सबसे बड़ी बाधा बन जाती है। अलग–अलग भाषा–भाषी लोगों के बीच संचार की दिक्कत इसी कारण आती है।



जैसे दो व्यक्ति जब एक–दूसरे से अपने भावों को तो प्रकट करना चाहते हैं परंतु एक दूसरे की भाषा न समझ पाने के कारण अक्सर बातचीत नहीं कर पाते। यदि बातचीत करते भी हैं तो कई बार समझने में अर्थ का अनर्थ हो जाता है। इसलिए भाषा व बोली का ज्ञान संवाद को सुचारू बनाए रखने के लिए बहुत जरूरी है। कभी–कभी एक ही शब्द को विभिन्न भाषाओं में अलग अर्थों में प्रयुक्त किया जाता है। इस कारण भी कई बार संप्रेषण में बाधा उत्पन्न हो जाती है।

हमारे देश भारत में विभिन्न संस्कृतियों के लोग निवास करते हैं। उनके रहन–सहन, रीति–रिवाज, भाषा–बोलियाँ और मान्यताएँ भी विविध हैं। ऐसे में एक संस्कृति में रचे–बसे व्यक्ति का दूसरे सांस्कृतिक परिवेश में संवाद करना काफी कठिन हो जाता है। सांस्कृतिक विभिन्नता के कारण भी संचार में कई बाधाएँ उत्पन्न होती हैं।

NOTES

मनोवैज्ञानिक बाधाएँ

किसी व्यक्ति विशेष की धारणाएँ, विश्वास, मान्यताएँ और पूर्वाग्रह संचार की मनोवैज्ञानिक बाधाएँ हैं।



व्यक्ति की सामाजिक स्थिति संचार में कई बार बहुत बड़ी बाधा होती है। जैसे अक्सर अमीर व्यक्ति गरीब से बात करना पसंद नहीं करेगा। वहीं एक गरीब भी धनाढ्य व्यक्ति से बात करने में संकोच करेगा। दो अनजान व्यक्ति भी आपस में मनोवैज्ञानिक अवरोध के कारण बात नहीं कर पाते।

धारणा, पूर्वाग्रह, भावनाएँ और किसी के प्रति मन में गलत विचार या दुर्भावना के कारण भी संचार में बाधा उत्पन्न होती है। अपने ही विचारों को श्रेष्ठ मानना और दूसरे की बातों को तुच्छ जानकर भी हम कई बार प्रभावी संचार नहीं कर पाते। इसलिए हमें एक अच्छा संचारकर्ता बनने के लिए अपने मन की भावनाओं, विचारों, पूर्वाग्रहों और केवल अपनी ही बातों को महत्त्व देने से बचना चाहिए और दूसरे की बातों को भी ध्यान से सुनना चाहिए।

अच्छा श्रोता होना एक प्रभावी संचारक के लिए अत्यावश्यक होता है। लेकिन किसी व्यक्ति में यदि न सुनने की आदत हो और वह अपने में ही मगन रहता हो या केवल अपनी ही हाँकता हो, तो ऐसे व्यक्ति के साथ संचार करना बहुत कठिन होता है। किसी की बात के बीच में ही हमारा ध्यान किसी दूसरी ओर बंट जाना या कोई अन्य चर्चा शुरू कर देने से भी संचार पर प्रतिकूल असर पड़ता है। कभी–कभी किसी व्यक्ति के स्वास्थ्य खराब होने या फिर उसकी मनोदशा ठीक न होने के कारण भी वह सही ढंग से संचार नहीं कर पाता।



लैंगिक भेद के कारण भी संचार में बाधा उत्पन्न होती है। शारीरिक और मानसिक संरचना में महिला और पुरुष काफी भिन्न होते हैं। विभिन्न समाजों में महिलाओं व पुरुषों की स्थिति भी विभिन्न होती है। ऐसे में लिंगभेद के कारण संचार प्रभावित होता है। पुरुष और महिलाओं के एक समूह में कार्य करते समय विपरीत लिंग के साथ बात करने में असहजता उत्पन्न हो सकती है। यह असहजता भी संचार अवरोध उत्पन्न करती है।

हमने जाना

- रोटी, कपड़ा और मकान की तरह ही संचार मानव की मूलभूत आवश्यकता है। हम सतत् संचाररत् रहते हैं।
- बोलकर किया गया संचार मौखिक और प्रतीकों और संकेतों के माध्यम से किया गया संचार अमौखिक संचार कहलाता है।
- संचार को दो या दो से अधिक व्यक्तियों के बीच सूचना, ज्ञान, अनुभव या संवेदना की साझेदारी के रूप में परिभाषित किया जा सकता है।
- संचार के लिए संचारक, संदेश, माध्यम, प्राप्तकर्ता और प्रतिपुष्टि– इन तत्त्वों का होना अनिवार्य है।
- संचार के मार्ग में अनेक अवरोध हो सकते हैं। ये भौतिक, मनोवैज्ञानिक, भाषा और संस्कृति संबंधी कारणों से उत्पन्न हो सकते हैं।

NOTES

कठिन शब्दों के अर्थ

संचार – दो या दो से अधिक व्यक्तियों के बीच में अनुभव, ज्ञान या संवेदना की साझेदारी को संचार कहते हैं।

प्रतिपुष्टि या फीडबैक– संचार के संदर्भ में जब एक जानकारी किसी माध्यम से दूसरे तक पहुँचती है और वह उस पर अपनी प्रतिक्रिया देता है जो पुनः संचारकर्ता तक पहुंचती है तो प्राप्तकर्ता द्वारा व्यक्त की गई प्रतिक्रिया प्रतिपुष्टि या फीडबैक कहलाती है। फीडबैक शब्द का उपयोग आजकल आम प्रचलन में है जिसका अर्थ है प्राप्त संदेश, जानकारी या विचार इत्यादि पर व्यक्ति का अपना मत, रुख, रुझान या प्रतिक्रिया। प्रायः फीडबैक के आधार पर संप्रेषण की सफलता का मापन किया जाता है।

अभ्यास के प्रश्न

1. मौखिक संचार और अमौखिक संचार के पाँच–पाँच उदाहरण लिखिए जो आपके आसपास के हों।
2. संचार के तत्त्वों को निम्नलिखित संचार प्रक्रियाओं में विभाजित कीजिए।

NOTES

संचार का स्वरूप	प्रेषक	माध्यम	संदेश	प्राप्तकर्ता	फीडबैक
सरिता द्वारा भारती को टेलीफोन पर ग्रामसभा की बैठक की सूचना देना और भारती द्वारा आने की सहमति देना					
गाँव के चौपाल में लोगों द्वारा टेलीविजन पर क्रिकेट मैच देखना और जीत पर ताली बजाना।					
गाँव के सफल किसान द्वारा सोयाबीन की फसल में कीड़े लगने से बचाव के उपाय ''रेडियो फोन इन कार्यक्रम'' में पूछना					

3. अपने क्षेत्र में उपलब्ध संचार के साधनों की सूची बनाइये।

4. अपने क्षेत्र में आने वाले समाचार पत्रों की सूची बनाइये। साथ ही तालिका बनाइये कि किसी माह में कितने दिन आपके क्षेत्र की खबरें प्रकाशित हुईं।

5. टेलीविजन धारावाहिकों में दिखाई जाने वाली कौन–कौन सी समस्याएं ऐसी हैं जो आपके आसपास भी व्याप्त हैं।

आओ करके देखें

1. मौखिक और अमौखिक विधि से संचार करनें के पाँच–पाँच उदाहरण लिखिए। इन विधियों का उपयोग करने पर आपको कौन–कौन सी बाधाएँ सामने आती है ? लिखिये।

2. अपने क्षेत्र की किसी महत्वपूर्ण समस्या पर एक लघु परिचर्चा आयोजित कीजिये। उसमें भिन्न–भिन्न व्यक्तियों द्वारा व्यक्त किये गये विचारों को लिखिये तथा चर्चा का निष्कर्ष अपने शब्दों लिखिये।

NOTES

3. अपने क्षेत्र के बुजुर्ग व्यक्तियों से मिलकर आजादी के बाद से क्षेत्र में आये बदलाव के इतिहास को अपने शब्दों में लिखकर विश्लेषण कीजिये कि पिछले 60 वर्षों में क्षेत्र की विकास की दृष्टि से क्या महत्पपूर्ण उपलब्धियां रहीं।

अधिक जानकारी के लिए संदर्भ सूत्र

1. प्रभावी संचार के तरीके सीखने के लिए यू–ट्यूब पर अनेक वीडियो उपलब्ध हैं जिन्हें इंटरनेट की सहायता से देखा जा सकता है।

2. संचार के बारे में और अधिक गहराई से जानकारी प्राप्त करने के लिए निम्नांकित पुस्तकों का अध्ययन करें– संप्रेषण: प्रतिरूप एवं सिद्धांत– डॉ. श्रीकांत सिंह, आधुनिक पत्रकारिता – डॉ. अर्जुन तिवारी।

■■■

4.2 प्रभावी संचार के प्रकार एवं विशेषतायें
(Types and Characteristics of Effective Communication)

NOTES

उद्देश्य

इस इकाई को पढ़कर आप जान सकेंगे कि–

- अच्छे ढंग से अपनी बात कहने के लिए कौन सी बातें आवश्यक हैं।
- अपनी बात को कुशलता से कैसे कह सकते हैं?
- अमौखिक संचार के प्रभावी रूप कौन–कौन से हैं।

4.2.1 संचार के प्रकार (Types of Communication)

पहली इकाई में हमने संचार की अवधारणा और तत्वों के साथ–साथ उसकी प्रक्रिया के बारे में विस्तार से जानकारी प्राप्त की। हमने संचार के कार्य और संचार की बाधाओं को भी जाना। इस इकाई में हम प्रभावी संचार की विशेषताओं के साथ–साथ प्रभावी संचार के विविध आयामों की विस्तार से चर्चा करेंगे। पहली इकाई में संचार के प्रकारों में हमने भाषा के आधार पर मौखिक और अमौखिक संचार को स्पष्ट करते हुए जानकारी दी थी कि बोलकर और बिना बोले दोनों ही रूपों में संचार किया जाता है। यहाँ संचार प्रक्रिया में शामिल व्यक्ति/पक्षों के आधार पर संचार के प्रकार का वर्गीकरण करेंगे। जो निम्नांकित हैं–

(i) अंतः–वैयक्तिक संचार (Intra-personal Communication)



अनेक अवसरों पर हम यह महसूस करते हैं कि हम स्वयं से ही संवादरत् हैं। यह मनुष्य का व्यक्तिगत चिंतन और मनन है। यह मनुष्य का चिंतन–मनन, भावना, स्मरण या उलझन के रूप में हो सकता है। जब आप प्रार्थना करते हैं या अपने इष्ट का स्मरण करते हैं जो यह अंतः वैयक्तिक संचार का ही एक उदाहरण है। ध्यान देने योग्य बात यह है कि अंतः वैयक्तिक संचार सभी प्रकार के संचार का मूल है। मनुष्य स्वयं में हमेशा संचाररत् ही रहता है।

उदाहरण के लिए उत्तेजना या आवेश में अपने साथी को कहे गये बुरे या अपशब्दों के बारे में जब बाद में हम शांतिपूर्वक सोचते हैं तो पाते हैं कि हमारा यह व्यवहार गलत था। फिर हम ही स्वयं स्रोत बनकर स्पष्टीकरण देते हैं कि मित्र को इस तरह की बात नहीं करनी चाहिए थी। फिर विचार आता है कि

यदि उसने गलत बात की थी तो प्रतिक्रिया में मेरा भी अपशब्दों का प्रयोग क्या जरूरी था। कुल–मिलाकर इस कहने–सुनने की प्रक्रिया में कोई दूसरा नहीं बल्कि हम ही स्रोत होते हैं और हम ही श्रोता। हम ही संदेश गढ़ते और माध्यम बनकर प्रेषित करते हैं तो हम ही श्रोता बनकर प्रतिक्रिया भी व्यक्त करते हैं। इस स्थिति को हम प्रायः अतर्द्वन्द्व की स्थिति या अंतरसंवाद की स्थिति कहते हैं। व्यक्ति का स्वयं से ही संवाद अंतः–वैयक्तिक संचार की कोटि में आता है। आत्मचिंतन, अवधारणा और अपेक्षाओं से जुड़े संप्रेषण अंतः–वैयक्तिक संचार के अन्य उदाहरण हैं।

NOTES

(ii) अंतर–वैयक्तिक संचार (Inter-personal Communication)

जब व्यक्ति एक दूसरे व्यक्ति से सूचनाओं का आदान–प्रदान या साझेदारी करता है तो इसे अंतर–वैयक्तिक संचार कहते हैं। बाग में टहलते हुए दो मित्रों के बीच वार्तालाप या डॉक्टर का अपने मरीज से संवाद इसी प्रकार के संचार की कोटि में आता है। अंतर वैयक्तिक संचार दो व्यक्तियों का परस्पर संचार है। यह आमने–सामने होता है। यह दोतरफा प्रक्रिया है। इसमें फीडबैक तुरंत मिलता है तथा संचारकर्ता फीडबैक प्राप्त करते हुए अपनी बात को आगे बढ़ाता है। यह सबसे अधिक प्रचलित संचार है जो हर जगह मौजूद होता है। यह बहुत आंतरिक होता है क्योंकि प्रेषक और प्राप्तकर्ता दोनों ही शारीरिक और भावनात्मक रूप से एकदूसरे के बहुत करीब होते हैं। इस प्रकार के संचार में अवरोध अपेक्षाकृत कम ही उत्पन्न हो पाते हैं क्योंकि दोनों संचारक भाषा, शब्द, चेहरे के भाव और शारीरिक प्रतिक्रिया के माध्यम से बात करते हैं। इस प्रकार का संचार सहज, स्वाभाविक और अनौपचारिक होता है।



NOTES

(iii) समूह संचार (Group Communication)

जीवन में कई बार ऐसी स्थितियाँ आती हैं कि हमें कोई सूचना या संदेश एक साथ कई लोगों के साथ साझा करना पड़ता है। संचार प्रक्रिया में इस तरह के संचार को समूह संचार कहते हैं। शिक्षक का कक्षा में पढ़ाना या कोच का टीम को निर्देश देना समूह संचार के अच्छे उदाहरण हैं। जब दो से अधिक व्यक्ति आपस में विचारों की आदान प्रदान करते हैं तो यह समूह संचार कहलाता है। समूह संचार की प्रक्रिया को समझने के लिए समूह के बारे में जानना आवश्यक है। मानव अपने जीवन काल में किसी–न–किसी समूह का सदस्य अवश्य होता है। अपनी आवश्यकतओं की पूर्ति के लिए वह नये समूह भी बनाता है। समूहों से पृथक होकर मानव अलग–थलग पड़ जाता है। समूह में जहां व्यक्ति का विकास होता है, वहीं समाज में उसकी प्रतिष्ठा भी बनती है। समूह के माध्यम से एक पीढ़ी के विचार दूसरे पीढ़ी तक पहुँचते हैं।



समूह संचार में भी फीडबैक तुरंत मिलता है लेकिन यह अंतर–वैयक्तिक संचार जितना प्रभावशाली नहीं होता है। इसके बावजूद यह बहुत ही प्रभावशाली संचार है। समूह संचार में हमारे समाज के विभिन्न परिवेशों में होता है जैसे स्कूल, ग्राम सभा, महिला मंडल गांव की चौपाल आदि। एक समूह में आपसी संबंध जितना बेहतर होगा उसमें संचार भी उतना ही प्रभावशाली होता है।

(iv) जनसंचार (Mass Communication)

NOTES



ऊपर वर्णित संचार के स्वरूपों में आपने ध्यान दिया होगा कि दो व्यक्तियों या समूहों का भौतिक रूप से परस्पर निकट होना आवश्यक है, अन्यथा संचार नहीं हो सकता। यदि होगा भी तो बाधा पड़ेगी। जीवन में अनेक अवसरों पर दूरस्थ बैठे व्यक्ति के साथ संवाद कर साझेदारी करना आवश्यक होता है। ऐसी स्थितियों में बातचीत से संवाद और संचार नहीं हो सकता। तब क्या किया जाए। संचार विज्ञानी डेनिस मैक्वेल कहते हैं कि संचार में और संचार प्रक्रिया में सामान्यता स्थापित करना सबसे महत्त्वपूर्ण है। किंतु इसके लिए कभी–कभी विशेष माध्यमों की आवश्यकता होती है। जब बहुत बड़े भू–भाग पर फैले असंख्य श्रोता समूहों को जो असमान प्रकृति के हैं, जाति, धर्म और भाषा तथा वेशभूषा से अलग हैं उन्हें संचार के विशिष्ट माध्यमों के साथ संप्रेषण का कार्य संपादित करना होता है। दूर–दूर तक संवाद को पहुंचाने वाले इन माध्यमों को जनमाध्यम (मास मीडिया) कहते हैं और इन माध्यमों से होने वाला संचार, जनसंचार कहलाता है।

4.2.2 संचार को प्रभावी बनाने वाले तत्व (Elements of Effective Communication)



संचार को प्रभावी बनाने के लिए अनेक तत्व हो सकते हैं, जिसमें से कुछ तत्वों की जानकारी हम आपको यहाँ दे रहे हैं–

सही और सटीक विषयवस्तु (Content)

संचार के लिए संदेश की सामग्री जितनी सत्य और खरी होगी उतना ही संचार प्रभावी होगा। संचार की विषयवस्तु संचार को प्रभावशाली बनाती है।

संदर्भ (Context)

बात के साथ उचित संदर्भ और परिवेश को ध्यान में रखना जरूरी होता है। ट्रेक्टर के विज्ञापनों में खेत–खलिहानों की बानगी और महँगी कारों के विज्ञापनों में शहर का वातावरण उसे संदर्भ से जोड़कर देखने की ही कोशिश

NOTES

है। यदि कुपोषण के विज्ञापन में बच्चों की माँ भारतीय परिवेश साड़ी में और ग्रामीण पृष्ठभूमि में दिखाई जाती है, जिससे संदेश प्रभावी बन सके।

माध्यम (Channel)

संदेश के संप्रेषण में माध्यम का विशेष महत्त्व होता है। संचार विज्ञानी मार्शल मैक्लुहन माध्यम को ही संदेश निरूपित करते हैं। रामचरित मानस में राम ने दो दूतों के माध्यम से संप्रेषण किया– रामभक्त हनुमान ने लंका विध्वंस कर डाला जबकि सुजान अंगद ने रावण को सहमत करने की दृष्टि से संवाद किया। संवाद की सफलता उचित माध्यम के चयन में है। अंग्रेजी अखबार में ट्रेक्टर के विज्ञापन और स्थानीय अखबार में हवाई यात्रा के विज्ञापन, माध्यमों के गलत चुने जाने के कारण प्रभावी नहीं होंगे।

विश्वसनीयता (Credibility)

संचार में विश्वसनीयता का महत्त्वपूर्ण स्थान है। जिस व्यक्ति पर, संस्था पर या व्यवस्था पर आपका विश्वास है, उससे निकला संदेश भी विश्वसनीय मानकर लोग ग्रहण करते हैं और आचरण करते हैं। भेड़िया आया– भेड़िया आया वाली कहानी में गाँव के बालक ने गलत जानकारी का संप्रेषण कर गाँव वालों का विश्वास खो दिया इस कारण उसका संप्रेषण प्रभावी नहीं हुआ और सही वक्त आने पर संचार करने में विफलता हासिल हुई। हम अपने आसपास के कुछ लोगों पर अधिक विश्वास करते हैं और उनके संदेशों की विश्वसनीयता भी हमें अधिक लगती है, चाहे सच्चाई इसके विपरीत ही क्यों न हो। इसी प्रकार अविश्वसनीय व्यक्ति से मिले सही समाचार पर भी हम सहज विश्वास नहीं करते।

स्पष्टता (Clarity)

संचार में संदेश का स्पष्ट होना बहुत महत्त्वपूर्ण है। अधिक जानकारियों और तथ्यों से ओतप्रोत और भ्रमित करने वाले विचारों से गुंथा हुआ संदेश कभी भी प्रभावी नहीं होता। सरल, स्पष्ट, तथ्यपरक और समझ में आने वाला सरलता, सहजता से व्यक्त किया गया संदेश सीधे श्रोता तक पहुंचता है और बिना किसी बाधा के अपना प्रभाव छोड़ता है।

निरंतरता (Continuity)

संदेशों की निरंतरता से ही संचार का प्रभावी होना सुनिश्चित किया जा सकता है। निरंतरता से संदेशों के ग्रहण करने में आसानी होती है और वे मस्तिष्क पर स्थायी प्रभाव छोड़ने में सफल होते हैं। 'रसरी आवत जात सिल

पर परत निसान' अर्थात संदेशों की निरंतरता प्रतिकूलता में भी प्रभावी होती है। भारत में विश्व स्वास्थ्य संगठन के सहयोग से संचालित पोलियो मिटाने का कार्यक्रम संचार की निरंतरता के प्रभाव का एक अच्छा उदाहरण है।

NOTES

श्रोता के समझने की क्षमता (Capability of Audience)

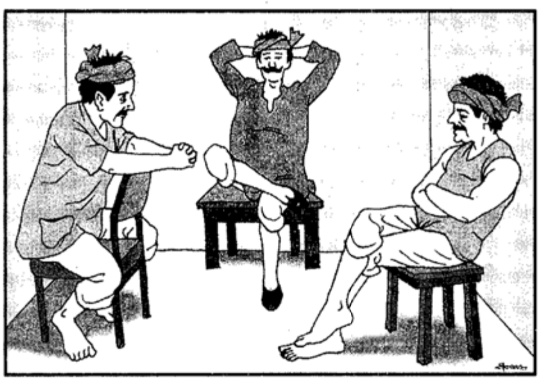
समस्त संदेश श्रोताओं की समझ को ध्यान में रखकर ही गढ़े जाते हैं। पर्यावरण को सुरक्षित रखने की जानकारी को लोगों तक पहुंचाने के लिए सामान्य संदेशों से लेकर गंभीर और जटिल प्राकृतिक क्रिया–कलापों के बारे में जानकारी दी जाती है। लेकिन उद्देश्य पर्यावरण बचाना ही होता है। यदि संदेश जटिल और श्रोता को न समझ में आने वाला हो तो प्रभावी हो ही नहीं सकता। एक ग्रामीण क्षेत्र से स्थानीय प्रचार–प्रसार के लिए अंग्रेजी में निकाले गये समाचार–पत्र को श्रोता आसानी से नहीं समझ सकेंगे जबकि स्थानीय हिंदी भाषा के समाचार पत्र में छपे वही संदेश लोग हाथों–हाथ लेंगे।

4.2.3 प्रभावी अमौखिक संचार के तत्व (Effective Elements of Non-verbal Communication)



संचार बिना शब्दों के, बिना भाषा के प्रयोग के भी अच्छे ढंग से किया जा सकता है। ऐसे संचार में प्रतीक चेहरे के हाव–भाव, चिन्ह और ध्वनि संकेतों का बहुत महत्त्व होता है। अमौखिक संचार के प्रमुख तत्वों को हम यहाँ विस्तार से स्पष्ट करते हैं।

देहभाषा (Body Language)

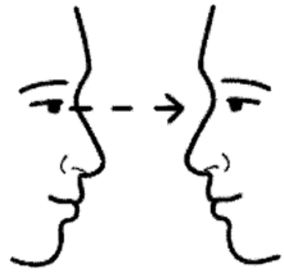


शब्दों से अधिक हम शारीरिक हाव–भाव एवं मुद्राओं के द्वारा अपनी बात कहते हैं जिसे अशाब्दिक संप्रेषण कहते हैं। शाब्दिक भाषा के विकास से वर्षों पहले मनुष्य अपने विचारों और भावनाओं को शरीर के विभिन्न

NOTES

संकेतों यानी देहभाषा के माध्यम से ही करता था। यदि हम शारीरिक भाषा को समझना जान लें तो हम एक कुशल संचारककर्ता बन सकते हैं।

आँखों से संपर्क (Eye Contact)



आंखों से संपर्क तब होता है जब दो लोग एक साथ एकदूसरे की आंखों की देखते हैं। मनुष्य द्वारा आंखों से संपर्क के माध्यम से अपनी बात कहना अमौखिक संचार का ही एक रूप है। सामाजिक व्यवहार में इसका बहुत महत्त्व है और सामाजिक संचार का एक महत्त्वपूर्ण कारक है। आंखों के माध्यम से सार्थक संपर्क करने वाले संचारक को आत्मविश्वास से परिपूर्ण माना जाता है। सामान्यतः किसी के साथ संवाद का आरंभ आंखों के संपर्क से ही होता है।

चेहरे के भाव (Facial Expression)



चेहरे के विभिन्न हाव–भाव के माध्यम से भी मनुष्य अपने मन के विचारों को अभिव्यक्ति देता है। यह भी अशाब्दिक संप्रेषण का ही एक रूप है। चेहरे के भावों को पढ़ने में दक्ष व्यक्ति किसी की भावनात्मक स्थिति को समझ सकता है। चेहरे के भावों द्वारा संप्रेषण मनुष्य में संचार का एक प्रमुख आधार है। यद्यपि अन्य कई प्राणी भी हावभाव से संचार करते हैं लेकिन मनुष्यों में यह संप्रेषण अधिक स्पष्ट होता है। प्रसन्नता, क्रोध, दुख, भय, विस्मिय आदि के भाव स्वतः ही हमारे चेहरे से प्रकट हो जाते हैं। वैज्ञानिकों के अनुसार मनुष्य चेहरे के 20 से अधिक भावों को अपने चेहरे से प्रकट कर सकता है।

प्रतीक चिह्न संकेत (Symbols)



NOTES

किसी वस्तु, चित्र, लिखित शब्द या विशेष चिह्न को प्रतीक कहते हैं। एक प्रतीक या चिह्न किसी वस्तु या परिस्थिति का दृश्य चित्रण करता है। प्रतीक संबंध, सादृश्यता या परंपरा द्वारा किसी अन्य वस्तु का प्रतिनिधित्व करता है। उदाहरण के तौर पर एक लाल अष्टकोण (औक्टागोन) रुकिए (स्टॉप) का प्रतीक हो सकता है। नक्शों पर दो तलवारें युद्ध क्षेत्र का प्रतीक हो सकती हैं। अंक, संख्या (राशि) के प्रतीक होते हैं। सभी भाषाओं में प्रतीक होते हैं। विभिन्न संस्कृतियों में सदियों से परंपरागत रूप में कई प्रकार के प्रतीक चिह्नों का प्रयोग किया जाता रहा है। ये प्रतीक किसी विशेष व्यक्ति, परिस्थिति, स्थान, निर्देश, देवी–देवता, विभिन्न विश्वास, वैज्ञानिक शब्दावली आदि का प्रतिनिधित्व करते हैं। अपने क्षेत्र में आप को ऐसे कई प्रतीक देखने को मिलते होंगे। सड़क पर यातायात सुचारू रूप से चलाने के लिए यातायात के भी चिह्न होते हैं जिनका पालन वाहन चालकों द्वारा किया जाना अनिवार्य होता है।

ध्वनि प्रभाव (Sound Effect)



संचार में भाषा के साथ–साथ विभिन्न प्रकार के ध्वनि प्रभावों का भी विशेष महत्त्व होता है। मानव ने विभिन्न ध्वनियों के माध्यम से ही एकदूसरे से बातचीत करना सीखा। ध्वनियों से ही स्पष्ट शब्द बाद में विकसित हुए। हम बातचीत के समय अपने मुंह से भी ध्वनियां निकाल सकते हैं लेकिन विभिन्न प्रकार की ध्वनियों को वाद्ययत्रों या मशीनों द्वारा भी निकाला जाता है। ध्वनियों से भी विभिन्न भावों और स्थितियों को व्यक्त किया जा सकता है। टेलीविजन या फिल्म देखते समय आप विभिन्न प्रकार की ध्वनियों पर ध्यान केंद्रित करेंगे तो आप समझ पाएंगे कि अलग भावों को प्रंकट करने के लिए अलग प्रकार की ध्वनियों का प्रयोग किया जाता है।

NOTES

वेषभूषा (Dress)

विभिन्न संस्कृतियों में अलग–अलग प्रकार के परिधान पहने जाते हैं जो उस समाज की सांस्कृतिक और भौतिक स्थिति के अनुसार होते हैं। हमारे देश में भी कई प्रकार की वेशभूषा प्रचलन में है। खासतौर पर हम शादी या किसी पारिवारिक आयोजनों में अपनी संस्कृति का प्रतिनिधित्व करती वेशभूषा पहनना पसंद करते हैं। इसके अलावा वेशभूषा के माध्यम से कई प्रकार के भावों को भी प्रकट किया जाता है। भारतीय संस्कृति में विभिन्न अवसरों के लिए अलग प्रकार की वेशभूषा का प्रचलन है। इसी प्रकार पश्चिम संस्कृति में भी वेशभूषा को औपचारिक और अनौपचारिक दो वर्गों में रखा जाता है।



विभिन्न पेशों में संलग्न व्यक्तियों की भी अपनी वेशभूषा रहती है। जैसे हम एक डॉक्टर, नर्स, वकील या पुलिस के सिपाही को उनके वस्त्रों से पहचान सकते हैं। विभिन्न अवसरों के लिए एक जैसे कपड़े पहनने की व्यवस्था को ड्रेस कोड कहा जाता है।

4.2.4 मुद्रित माध्यमों में प्रस्तुतियों का कौशल (Skill of Presentation in Print Medium)



समाचार पत्र, पत्रिकाएं और पुस्तकें मुद्रित माध्यम कहलाते हैं। यानी मुद्रण या प्रिंटिंग से अभिप्राय कागज पर छपाई से हैं। मीडिया के संदर्भ में मुद्रित माध्यम को प्रिंट मीडिया भी कहा जाता है। कागज पर मुद्रण करने वाली प्रिंटिंग मशीन का आविष्कार जर्मनी के जोहानस गुटेनबर्ग ने 1450

ईस्वी के आसपास किया। इस आविष्कार ने शिक्षा और संचार के क्षेत्र में क्रांति लाई। मुद्रित माध्यमों को सबसे अधिक प्रामाणिक दस्तावेज माना जाता है क्योंकि उन्हें लंबे समय तक सहेज कर रखा जा सकता है।

NOTES

आज के सूचना क्रांति के दौर में मुद्रण तकनीकी में भी क्रांतिकारी परिवर्तन हुए हैं। आज कंप्यूटरीकृत मशीनों के माध्यम से भी रंग–बिरंगी प्रिंटिंग करना बहुत आम हो गया है।

प्रस्तुति की सामग्री



मुद्रित माध्यमों के लिए लेखन भी एक कला है। इसके लिए प्रस्तुति की सामग्री कैसी होनी चाहिए इस पर सबसे पहले विचार किए जाने की आवश्यकता होती है। मुद्रित माध्यमों के लिए सामग्री के चयन एवं लेखन में बहुत ध्यान रखने की आवश्यकता होती है। क्योंकि मुद्रित माध्यमों जैसे समाचार पत्रों और पत्रिकाओं में छपी कोई बात या संदेश का गलत अर्थ भी निकाला जा सकता है। इसलिए ऐसी बातें या तथ्य छापने से बचना चाहिए जो पूरी तरह से सही न हों, आधारहीन हों या किसी की मानहानि करते हों। प्रिंट मीडिया में लेखन के साथ–साथ, रेखाचित्र, फोटो व सारणी आदि का प्रयोग भी किया जाता है। इसके अलावा संदर्भ के लिए शब्दकोश, नक्शे, अन्य पुस्तकों व समाचार पत्रों का भी प्रयोग किया जा सकता है। किसी भी विषय पर लेखन शुरू करने से पूर्व उससे संबंधित संपूर्ण सामग्री को एकत्र करने से लेखनकार्य काफी आसान हो जाता है।

मुद्रित सामग्री को तीन वर्गों में विभाजित किया जा सकता है।

1. विचारात्मक सामग्री
2. समाचारात्मक सामग्री
3. विज्ञापन

खाका (Layout)

मुद्रित प्रस्तुतियों के प्रमुख प्रकारों में समाचारपत्र और पत्रिकाएँ आते हैं। इन्हें तैयार करने से पूर्व इनका एक ढांचा या खाका बनाना पड़ता है। मुद्रित माध्यमों के लिए ढांचा बनाते समय कुछ महत्त्वपूर्ण बातों का ध्यान रखना आवश्यक है।

NOTES

मुद्रित माध्यम के लिए पृष्ठ का आकल्पन करते समय सबसे अधिक ध्यान इस बात का रखा जाना चाहिए कि वह सूचना का संप्रेषण सहज और स्पष्ट ढंग से करता हो। इसके लिए किसी पृष्ठ पर शब्द, चित्र आदि का संयोजन इस प्रकार करना चाहिए जिससे वह आकर्षक लगे। लेआउट बनाते समय संतुलन का विशेष ध्यान रखा जाना चाहिए। यानी उपलब्ध सामग्री को पृष्ठ पर इस प्रकार रखा जाना चाहिए जिससे वह असंतुलित न लगे। एक अच्छा पृष्ठ आकल्पन देखने वाले की आँखों को भी अच्छा लगना चाहिए। साथ ही उसका मुख्य संदेश भी आसानी से समझ आना चाहिए।

एक पृष्ठ पर बहुत अधिक शाब्दिक सूचनाओं व चित्रों के कारण वह काफी बोझिल हो जाता है और आसानी से अपना संदेश संप्रेषित नहीं करता है। इसलिए कम शब्दों में अधिक जानकारी देने का प्रयास किया जाना चाहिए। साथ ही बहुत से चित्रों के बजाय केवल एक या दो प्रभावशाली चित्रों के माध्यम से ही अपनी बात पाठक तक पहुंचानी चाहिए।

4.2.5 माध्यमों का चयन (Selection of Medium)

माध्यमों के चयन को अगली इकाई में विस्तार से समझाया जाएगा, किन्तु चयन से पूर्व इन महत्त्वपूर्ण बातों को ध्यान में रखना आवश्यक है।

परिस्थिति

माध्यम का चयन परिस्थितियों के अनुरूप किया जाता है। यदि सामग्री को दूर तक प्रेषित करना है तो समाचारपत्र या पत्रिकाओं का सहारा लिया जाता है, किन्तु यदि स्थानीय स्तर पर सम्प्रेषण करना है तो पोस्टर, पम्पलेट, बैनर और वॉल राइटिंग प्रभावी माध्यम हो सकते हैं।

उपलब्धता

माध्यम की उपलब्धता महत्त्वपूर्ण है। अन्यथा संदेश उन लोगों तक नहीं पहुँच पायेगा जिन तक पहुंचाना उद्देश्य है। अतः सम्प्रेषण से पूर्व माध्यम की उपलब्धता सुनिश्चित करना आवश्यक है।

वातावरण

शहरी और ग्रामीण वातावरण के आधार पर भी माध्यमों का चयन किया जाता है।

NOTES

श्रोता समूह

श्रोता समूह की क्षमता और आवश्यकता को दृष्टिगत रखते हुए ही संचार कार्य किया जाता है।

बजट

बजट माध्यम चयन का महत्त्वपूर्ण आयाम है। जिस मद में जितनी राशि उपलब्ध होती है उसके प्रचार–प्रसार के लिए उसी प्रकार से माध्यम का चयन किया जाता है।

पहुँच और प्रभाव

माध्यम के चयन से पूर्व यह भली–भाँति विचार करते हैं कि चयन किया गया माध्यम पहुँच और प्रभाव की दृष्टि से हमारे उद्देश्यों की पूर्ति करता है अथवा नहीं।

हमने जाना

- संचार के अनेक प्रकार होते हैं, जिनमें अंत:वैयक्तिक, अंतर वैयक्तिक समूहसंचार और जनसंचार प्रमुख हैं।
- संचार को प्रभावी बनाने के लिए संदेशों का 7–सी होना आवश्यक है।
- प्रभावी अमौखिक संचार के लिए देहभाषा का प्रयोग संकेतों और प्रतीकों का उपयोग आवश्यकहै।

कठिन शब्दों के अर्थ

देहभाषा– शरीर के हाव–भाव से विचारों के प्रकट करने की प्रक्रिया देह भाषा कहलाती है।

अमौखिक संचार– इस संचार में भाषा का उपयोग न कर चित्र, प्रतीक और संकेतों का उपयोग किया जाता है।

अभ्यास के प्रश्न

1. सही जोड़ी बनाइये–

क्रम	गतिविधि	संचार का प्रकार
1.	दो मित्रों का बातचीत करना	जनसंचार
2.	टेलीविजन पर समाचार बुलेटिन देखना	अंत: वैयक्तिक संचार

3.	बचपन की किसी प्रेरक घटना को याद करना	समूह संचार
4.	शिक्षक का कक्षा में पढ़ाना	अंतर वैयक्तिक संचार

NOTES

2. सही उदाहरण लिखिए

क्रम	अमौखिक संचार का प्रकार	उदाहरण लिखिये
1.	देहभाषा	
2.	आँखों से संपर्क	
3.	चेहरे के भाव	
4.	प्रतीक चिह्न	
5.	ध्वनि प्रभाव	

2. यदि आपको अपने क्षेत्र के लोगों में तंबाकू, गुटखे की आदत छोड़ने के लिए संदेश तैयार करने का काम सौंपा जाए तो निम्नलिखित को कैसे करेंगे?

(अ) लक्ष्य समूह का निर्धारण

(ब) संदेश का निर्माण

(स) संदेश के मूल तत्व का निर्धारण

(द) माध्यम का चयन

आओ करके देखें

1. अपने प्रतिदिन की गतिविधियों का विश्लेषण कीजिये और तालिका बनाकर स्पष्ट कीजियें कि आप दिन में अ– कितनी देर अंतर वैयक्तिक संचाररत रहते है। ब– कितनी देर समूह संचार करते है। स– कितनी देर जन माध्यमों के संपर्क में रहते हैं।

2. 25 लोगों से चर्चा कर निष्कर्ष निकालिये कि उस क्षेत्र में प्रभावी संप्रेषण करने के लिये सबसे उचित माध्यम कौन सा होगा। चर्चा के आधार पर वरीयता क्रम में प्रमुख पाँच माध्यमों को चिन्हित कीजियें।

3. अपने क्षेत्र के महत्वपूर्ण स्थान जैसे – प्राथमिक शाला के बाहर या सामुदायिक स्वास्थ्य केन्द्र के बाहर एक श्यामपट लगाइयें और उसमें क्षेत्र के विकास की दृष्टि से आवश्यक समाचारों को लोगों की सूचना के लिये लिखिये या उनकी क्लिपिंग चिपकाइयें। इसका क्षेत्र पर क्या प्रभाव पड़ रहा है उसका निम्न बिन्दुओं पर विश्लेषण कीजिये। अ– कितने लोग इसमें रूचि ले रहें है। ब– कितने लोग नियमित पढ़ते है। स– क्या सुझाव प्राप्त हुये। द– लोगों के सूचना के स्तर में क्या बदलाव आया।

NOTES

अधिक जानकारी के लिए संदर्भ सूत्र

1. प्रभावी संदेश प्रेषण के लिए अनेक जानकारियाँ यू–ट्यूब पर वीडियो के रूप में उपलब्ध हैं, जिन्हें देखा जा सकता है।

■■■

NOTES

4.3 जनसंचार और जनसंचार माध्यम
(Mass Communication and Mass Media)

उद्देश्य

इस इकाई को पढ़कर आप जान सकेंगे कि–

- जनसंचार का अर्थ और परिभाषा।
- जनसंचार की विशेषताएँ
- जनसंचार के माध्यम

प्राचीन समय में भारत के गाँवों में एक दूसरे पर निर्भरता का वातावरण था। गाँव की जरूरत की सब चीजें गाँव में ही तैयार हो जाती थी। गाँव में एक आदमी दूसरे की जरूरत का सामान बनाकर उसका काम आसान कर देता था। बाद में बड़े–बड़े उद्योगों के आने से गाँव की यह आपसी निर्भरता खंडित हो गई। बाद में बड़े उद्योगों में बहुत से लोगों की जरूरत के सामान बनने लगे। उपभोग भी बहुत सारे लोग एक साथ करने लगे। जो दृश्य बना उसे कहा गया बहुमात्र के द्वारा उत्पादन और बहुमात्र के द्वारा उपयोग (मास प्रोडक्शन मास कन्जम्पशन) कहा गया। संचार के क्षेत्र में भी जहां गाँव की सूचनाएं चौपाल पर और कुएँ की मुंडेर पर साझा हो जाती थी, उनकी जगह आधुनिक माध्यमों ने ले ली और सूचना, शिक्षा और मनोरंजन की सामग्री बड़े पैमाने पर माध्यमों द्वारा सृजित की जाने लगी और उतने ही बड़े पैमाने पर उपयोग की जाने लगी। गाँव की एक–दूसरे पर निर्भरता की प्रवृत्ति के स्थान पर बड़े–बड़े माध्यम आ गये। इन बहुत सारे लोगों के लिए जो बोली, भाषा, वेशभूषा, रीति–रिवाज, खानपान से अलग–अलग थे और अलग–अलग स्थानों पर रहते थे, के लिए एक साथ ही सामग्री का सृजन होने लगा। विविधता वाली प्रकृति के इन लोगों के समूह को जन कहा गया।

"असमान प्रकृति के असंख्य लोगों का समूह जो एक विशाल भूभाग पर फैला है, जन कहलाता है।" –हरबर्ट ब्लूमर

इस 'जन' (Mass) तक संचार करने के लिए कृत्रिम व्यवस्था की आवश्यकता होती है। दूसरे शब्दों में कुछ माध्यम होते हैं जो जन तक संदेशों के संप्रेषण के लिए आवश्यक होते हैं। ऐसे माध्यमों को जनमाध्यम या मास मीडियम कहते हैं। पुराने वर्गीकरण के आधार पर समाचार–पत्रों, पत्रिकाओं, रेडियो, टेलीविजन और सिनेमा को जनमाध्यमों की कोटि में रखा जाता था।

सामूहिक वर्गीकरण के आधार पर जनमाध्यमों को परंपरागत माध्यम, मुद्रित माध्यम एवं इलैक्ट्रॉनिक माध्यम, इन उपवर्गों में विभाजित किया जा सकता है। वर्तमान में प्रचलित विभाजन के अनुसार पूर्व के सभी माध्यम ओल्ड मीडिया और इंटरनेट, मोबाइल जैसे नये माध्यम न्यू मीडिया कहलाते हैं।

NOTES

4.3.1 जनसंचार (Mass Communication)

जनसंचार अंतःवैयक्तिक, अंतरवैयक्तिक, समूह संचार के बाद संचार का एक विशिष्ट प्रकार है। डेनिस मैक्वेल के शब्दों में संचार में सामान्यता निहित होती है। लेकिन इस सामान्यता को बनाने में माध्यमों की महत्त्वपूर्ण भूमिका होती है। जन–जन तक संदेशों के संप्रेषण जनमाध्यमों के प्रयोग से ही संभव हैं। जन तक संदेशों के जनमाध्यमों द्वारा संप्रेषण की व्यवस्था जनसंचार कहलाती है। आमने–सामने संवाद या बातचीत के बजाय किसी तकनीकी, यान्त्रिक या औपचारिक माध्यम के द्वारा समाज के एक विशाल वर्ग से संवाद कायम करना जनसंचार कहलाता है। जनसंचार में स्रोत एक साथ, एक समय पर विशाल भूभाग पर फैले असमान प्रकृति के असंख्य लोगों के साथ एक साथ संवाद स्थापित करता है।

जनसंचार की विशेषताएँ

जनसंचार की प्रमुख विशेषताओं को हम इस तरह समझ सकते हैं–

- विशाल और अज्ञात श्रोता समूह
- संप्रेषण के लिए कृत्रिम तंत्र आवश्यक
- विशेषज्ञतापूर्ण संप्रेषण
- भूमंडलीकरण प्रकृति का संप्रेषण
- इसके संदेशों की प्रकृति सार्वजनिक होती है
- संचारक और प्राप्तकर्ता के बीच कोई सीधा संबंध नहीं होता है
- खर्चीला
- तकनीकी योग्यता आवश्यक
- एनकोडिंग और डीकोडिंग
- इसमें ढेर सारे द्वारपाल काम करते हैं
- विलंब से प्रतिपुष्टि

NOTES

1. खर्चीला

यदि संचार के वर्तमान स्वरूप पर हम दृष्टिपात करें तो ज्ञात होगा कि संचार वस्तुतः एक खर्चीली प्रक्रिया है। मूल्यवान साधनों के अभाव में संचारिक प्रक्रिया संभव नहीं होती और यदि ऐसी परिस्थितियों में वह होती भी है, तो उक्त उद्देश्यों को प्राप्त नहीं कर पाती। आज संचार के अत्याधुनिक साधनों का प्रयोग कर संचार करना एक सामान्य व्यक्ति हेतु मुश्किल ही नहीं बल्कि असंभव भी है।

2. व्यापक किन्तु अज्ञात श्रोतावर्ग हेतु

जनसंचार हमेंशा एक बड़े अज्ञात और व्यापक श्रोता/दर्शक वर्ग के लिए होता है। जनसंचार के संदेश बड़े पैमाने पर जन–जन तक पहुँचते हैं। जनसंचार में संचार प्राप्त करने वाले प्राप्तकर्ता निश्चित नहीं होते। उनकी अधिकता ही उनकी अनिश्चितता को जन्म देती है। जनसंचार बड़े पैमाने पर होने के कारण श्रोता और प्राप्तकर्ता में कोई प्रत्यक्ष संबंध नहीं होता। ऐसी स्थिति प्राप्तकर्ताओं के प्रति न जानने के माहौल में सम्पन्न होती है।

3. समानता पर आधारित तात्कालीन संपर्क

जनसंचार सभी से समान रूप से तत्कालीन संपर्क स्थापित करता है। संपर्क स्थापना में धर्म, भाषा, जाति या लिंग की असमानता या किसी अन्य प्रकार का कोई भेद–भाव नहीं होता है। समान रूप से तत्काल संपर्क स्थापित होता है।

4. संदेश एक संपर्क अनेक

जनसंचार अपने ही संदेश के माध्यम से अनेक लोगों से संपर्क स्थापित कर लेता है। इसकी विषयवस्तु सार्वजनिक होती है।

5. विषयवस्तु सार्वजनिक

जनमाध्यम से प्रसारित–प्रचारित की जाने वाली सामग्री की विषयवस्तु सदा सार्वजनिक होती है। व्यक्तिगत जानकारियों, मुद्दों और समस्याओं के लिए जनमाध्यमों में प्रायः स्थान नहीं होता है। ऐसे मुद्दे तभी माध्यमों की विषयवस्तु बनते हैं जब वे एक बड़े वर्ग की समस्याओं का या मुद्दों का प्रतिनिधित्व करते हों।

6. विशेषज्ञ व्यक्तियों का प्रयोग

जनमाध्यमों के जरिये सम्प्रेषण करने के लिए विशेषज्ञ व्यक्तियों का प्रयोग होता है। यह विशेषज्ञता दो श्रेणियों में वर्गीकृत की जा सकती हैं– तकनीकी विशेषज्ञता और विषयवस्तु संबंधी विशेषज्ञता। तकनीकी विशेषज्ञ टेली कम्युनिकेशन एक्सपर्ट और विषयवस्तु के विशेषज्ञ मॉस कम्युनिकेशन एक्सपर्ट कहलाते हैं।

NOTES

7. एक औपचारिक संप्रेषण व्यवस्था

जनमाध्यमों के जरिये जन संचार एक औपचारिक सम्प्रेषणव्यवस्था है। इसमें अनौपचारिकता के लिये कोई स्थान नहीं है। अर्थात चाहे सूचनायें हों या समाचार, मुद्दे हों या समस्याएँ सभी के प्रस्तुतीकरण में एक सम्प्रेषण जनित औपचारिक व्यवस्था कार्य करती है।

8. एकांगी विचार प्रवाह

यद्यपि जनमाध्यमों में फीडबैक प्राप्त होता है, किन्तु फीडबैक प्राप्त होने का समय काफी देर बाद आता है। अर्थात विलम्बित रूप में फीडबैक प्राप्त होता है। अतः जनमाध्यमों के जरिये सम्प्रेषण को अन्तर्वैयक्तिक सम्प्रेषण की तुलना में कम प्रभावी माना जाता है।

विकास में जनमाध्यमों की भूमिका

विकास में अनेक सामाजिक, आर्थिक और सांस्कृतिक कारकों का योगदान होता है। विकास संचार विकास की दिशा में मुख्यतः 4 दिशाओं में अपनी भूमिका निभाता है–

1. महत्त्वपूर्ण घटनाओं, अवसरों, जोखिम और चुनौतियों के बारे में सूचना और ज्ञान का प्रचार–प्रसार।
2. जीवन को प्रभावित करने वाले महत्त्वपूर्ण मुद्दों का विचार–विमर्श के लिए एक मंच उपलब्ध कराना।
3. जीवन को बेहतर बनाने के लिए आवश्यक विचारों, तकनीक और अभिरूचियों की शिक्षा देना।
4. समाज में शांति, सहयोग और स्थायित्व के लिए जनसहमति का निर्माण करना।

जनमाध्यम सामाजिक परिवर्तन का उपकरण है। विकास के लिए जिन चार तत्वों की अनिवार्यता रेखांकित की जाती है उनमें मैन, मशीन, मनी के साथ मीडिया को भी शामिल किया जाता है, क्योंकि विकास के लिए आवश्यक

NOTES

वातावरण के सृजन में जनमाध्यमों की प्रमुख भूमिका होती है। परंपरा और रूढ़ियों से बंधे समाज में जनमाध्यमों से ही गतिशीलता और सहभागी होने की भावना का संचार संभव है। यहाँ यह स्पष्ट करना जरूरी है कि जनमाध्यम विकास के एकमात्र कारक नहीं है। किसी देश के विकास में अनेक तत्वों का योगदान होता है। जनमाध्यम उनमें से एक हैं। जनसंचार माध्यमों का विकास अपने आप में साध्य नहीं, साधन है। ये माध्यम बहुत बड़े परिवर्तन कारक हैं। यह भी भ्रांत धारणा है। जनमाध्यमों की विपुलता को भी विकास का मानदंड नहीं माना जा सकता।

'विकास उपहार नहीं है'। विकास एक जटिल और गत्यात्मक, गुणात्मक प्रत्यय है। मात्र आर्थिक अवयवों से इसे जोड़कर देखना, इस अवधारणा को सीमित करना होगा। सभ्यता और संस्कृति, मानव और मूल्य, व्यक्ति और परिवार, प्रकृति और पर्यावरण, मानवाधिकार और जीवन स्तर आदि लम्बी विकास यात्रा के अनिवार्य पड़ाव हैं। स्वतंत्रता के बाद अस्तित्व में आयी लोक कल्याणकारी सरकारों ने नियोजित आर्थिक विकास का मार्ग चुना। सीमित और वैकल्पिक उपयेाग वाले संसाधनों से असीमित लक्ष्यों की प्रा। ा के अनेक मॉडल बने योजनाएँ बनीं। किंतु अंतिम व्यक्ति तक विकास के लाभ को पहुँचाने का महत्त्वाकांक्षी स्पप्न 'आकाश कुसुम' साबित हुआ। विदेशी अवधारणाओं के विकास बीज देशी मिट्‌टी में नहीं जम पाये। फल नहीं मिले। पचास वर्षों बाद भी देश का विकास न तो वांछित गति से हो रहा है और न अभीष्ट दिशा में। विचारणीय प्रश्न है। विकास का मूलभूत अभिप्राय पूर्ण मानवीय विकास से है– विशेषकर इसके अस्तित्व और गुणवत्ता से। प्रसिद्ध विद्वान इन्वर्ट के अनुसार– ''विकास का वास्तविक अर्थ तकनीकी अथवा राष्ट्रीय उत्पादकता में वृद्धि नहीं बल्कि ज्ञान और चेतना के इस विकास से है, जिसके द्वारा वह सहभागी बनता है।'' विकास के लिए सहभागिता का भाव जनमाध्यम पैदाकर सकते हैं।

संक्रमणकाल से गुजरता भारतीय समाज आज निर्णायक दौर में है। पश्चिम की नकल से उपजे विकास मॉडलों की विफलता हमारे सामने है। यही नहीं इस एक–पक्षीय विकास अवधारणा ने सांस्कृतिक विखंडन, मूल्यहीनता, पर्यावरण प्रदूषण और आय के असमान वितरण की गंभीर समस्याएँ उत्पन्न कर दी हैं। हम ऐसे मॉडल, ऐसी प्रणाली के विकास की चुनौती से रूबरू हैं, जो देश को उसकी संस्कृति और संसाधनों के अनुरूप परिवर्तन का मार्ग दिखायें।

परिवर्तन प्रकृति का शास्वत नियम है। इसका क्रम निरंतर चलाता रहता है। इसे दो आधारो पर देखा जा सकता है– परिस्थिति परिवर्तन और मनःस्थिति परिवर्तन। प्रारंभ में अवधरणा थी कि व्यक्ति बदलने से समाज बदलता है। दूसरे

NOTES

शब्दों में मनःस्थिति परिवर्तन से परिस्थिति परिवर्तित हो जाती है। यह धर्म के माध्यम से संपादित की जा सकती है। बाद में प्रयोग हुए और कहा गया कि परिस्थिति परिवर्तन से मनः स्थिति बदल जायेगी। यह परिवर्तन राजनीति के माध्यम से संभव हुआ। किंतु उपरोक्त दानों प्रयोग असफल हुए। आज मान्यता है कि परिस्थिति परिवर्तन और मनःस्थिति परिवर्तन साथ–साथ होते हैं। परिस्थिति के परिवर्तन में सामाजार्थिक कारक महत्त्वपूर्ण होते हैं, किंतु मनःस्थिति परिवर्तन में जनमाध्यम काम कर सकते हैं, विकास में उनकी यही भूमिका है। विकाशसील राष्ट्रों की अपनी विशेषताएँ होती हैं। विवशताएँ होती हैं। भारत जैसे देश में जहाँ शौच के बाद हाथ धोने जैसी मूलभूत जानकारी देना जनमाध्यमों की जरूरत हो वहाँ पश्चिम के प्रचार तंत्रों का अंधानुकरण विकास के लिए आवश्यक वातावरण पैदा करने के स्थान पर कुंठा और हताशा को जन्म देगा। हमारे मीडिया भगीरथों को सूचना–शिक्षा–मनोंरंजन की त्रिवेणी बहानी होगी। विकसित देशों की मान्यता है कि समाचार सिर्फ वाइन, वैल्थ और वूमेन के आस–पास होते हैं। यह हमारे लिए उपयुक्त नहीं। हमें ऐसे माध्यम, ऐसे कार्यक्रम चाहिए जो साहस, संबल और सामर्थ्य का सृजन जनमानस में कर सकें। विकासशील देशों में विकास के लिए आवश्यक वातावरण के निर्माण के लिए विकास पत्रकारिता, विकास संचार की आवश्यकता है।

आज पत्रकारिता मिशन नहीं प्रोफेशन है। हमें स्वीकार करना होगा। अतः इनकी व्यावसायिक प्रवृत्ति और व्यावसायिक हितों को नजरंदाज नही किया जा सकता। व्यक्तिगत हित और सामाजिक हित सदा विरोधी नहीं होते। कभी परस्पर पूरक भी होते है। इस पूरकता के आधार पर इन क्षेत्रों की खोज संभव है, जहाँ वे समाजहित के प्रतिकूल न हों और व्यावसायिक हित के भी नहीं। माध्यमों की यही भूमिका विकास के लिएआवश्यक परिवर्तन करने और विकास कार्यों को सहभागिता के लिए जनमानस में उत्प्रेरक का कार्य कर सकती है। विकासशील राष्ट्रों में जनमाध्यमों की क्या भूमिका हो? इस पर अंतहीन बहस चल रही है। यहाँ सकारात्मक दृष्टि से कुछ ऐसे कार्यो को रेखांकित किया जा रहा है, जहाँ माध्यम निर्णायक भूमिका का निर्वाह कर सकते हैं।

1. भावनात्मक एकीकरण (Emotional Unity)

दूसरे विश्वयुद्ध के बाद देश की सीमाओं का निर्धारण जातिगत एकता अथवा समान सांस्कृतिक पृष्ठभूमि के आधार पर न होकर विजित राष्ट्रों की लाभ और सुविधा की दृष्टि से किया गया, जिसके फलस्वरूप आज अनेक नवस्वतंत्र देश जाति, भाषा और क्षेत्र के अलगाववाद का संत्रास झेल रहे हैं। इन देशों में भौगोलिक एकता तो स्थापित कर दी गई किंतु भावनात्मक एकता का अभाव है। जनमाध्यम इन देशें में 'राष्ट्र निर्माण' की

NOTES

प्रक्रिया में योगदान दे सकते हैं। मीडिया को लोगों को इस बात का अहसास दिलाना चाहिए कि सभी व्यक्ति चाहे वे किसी भी भाषा, धर्म अथवा जाति के हों राष्ट्र रूपी मशीन के कलपुर्जे हैं। सबके समन्वित प्रयास से ही राष्ट्र एकता और अखंडता के सत्र में बंधकर विकास कर सकते हैं। हाल ही में घटित कारगिल प्रकरण इसका जीवंत उदाहरण है कि कैसे जनमाध्यम अस्थिरता से जूझते राष्ट्र को 'भावनात्मक एकता' के सूत्र में जकड़ सकते हैं।

2. सामाजिक हित के वफादार रक्षक (Faithful to the Social Interest)

'जनमाध्यम महत्त्वपूर्ण लोगों की स्वेच्छाचारिता पर अंकुश है और माध्यम सामाजिक हितों की रक्षा करने में समर्थ है। सामाजिक हितों को ठेंगा दिखकर अपना घर भरने वाले राजनीतिज्ञों और नौकरशाहों की पोल पट्टी मीडिया ने ही खोली है। सीमेंट, सड़क, हवाला और चारा सहित न जाने कितने घोटालों को आम जनता के सम्मुख लाने का श्रेय मीडिया को है। मीडिया से अपेक्षा है कि वह 'सामाजिक हित के रक्षक वफादार कुत्ते' की भूमिका का निर्वाह करे और व्यक्तियों तथा संस्थाओं को राष्ट्र के प्रति जवाबदेह बनाये।

3. संपर्क सेतु (Contact Bridge)

उपनिवेशवाद के कड़वे अनुभवों से उबरे नवस्वतंत्र राष्ट्रों ने प्रजातंत्र को शासन व्यवस्था का आधार बनाया। भारत जैसे अनेक राष्ट्रों को जनसंख्या के विशाल आकार के कारण अप्रत्यक्ष प्रजातंत्र का मार्ग अपनाना पड़ा। सच्चा प्रजातंत्र स्वतंत्र जनमाध्यमों पर निर्भर है। जनभावनाओं की वास्तविक अनुभूति नीति–निर्माताओं को मीडिया ही कराता है। साथ ही शासन द्वारा जनकल्याण की योजनाओं को जनता तक पहुँचा कर मीडिया जनता और शासन के बीच सेतु का कार्य करता है। प्रजातंत्र में शासन के तीनों अंगों व्यवस्थापिका, कार्यपालिका और न्यायपालिका के साथ 'खबरपालिका' का दायित्व भी कम महत्त्वपूर्ण नहीं है।

4. शिक्षा से सामर्थ्य (Education for Empowerment)

निरक्षरता और अशिक्षा हमारे समाज पर कलंक है। शिक्षित नागरिक राष्ट्र की सबसे बड़ी संपत्ति है। जनमाध्यम अनौपचारिक शिक्षा से लोगों में वैज्ञानिक सोच और तर्क विकसित कर सकते हैं। शिक्षा ऐसी हो जो

बेचारगी पैदा न कर सामर्थ्य विकसित करे और व्यक्ति में आत्म विश्वास का संचार करे।

NOTES

5. निर्बलों की आवाज (Voice to Voiceless)

स्वतंत्र भारत में भी शोषण विहीन और भयमुक्त समाज नहीं बन सका। आज भी लोगों का शोषण धनबल–बाहुबल की आड़ में हो रहा है। इसके खिलाफ आवाज उठाने का सहास अकेला व्यक्ति नहीं कर सकता। जनमाध्यम इसका प्रतिकार कर सकते हैं क्योंकि उन्हें डराना, धमकाना आसान नहीं है। माध्यम निर्बलों, निराश्रितों की अवाज बनकर उन्हें न्याय दिला सकते हैं। उनके हक की लड़ाई लड़ सकते हैं।

6. विकास वरदान नहीं (Development is not Gift)

विकास वरदान या तोहफा नहीं है। इसमें सतत परिश्रम और सहभागिता जरूरी है। इस यथार्थ को प्रत्येक विकासशील राष्ट्र को समझाने में जनमाध्यमों की महत्त्वपूर्ण भूमिका हो सकती है। दूसरों से भीख में मिले पैसों से औचित्यपूर्ण विकास संभव नहीं है। हमें अपने वित्तीय आचरण को अनुशासित करना होगा। विकास के लिए जागरूकता पैदा करनी होगी, जिससे सामाजिक भागीदारी भी बढ़ेगी।

7. अच्छे जीवन के प्रति ललक (Degnity of Life)

देखा गया है कि विकासशील राष्ट्रों में अच्छे जीवन के प्रति कोई उत्साह, कोई चाह, कोई ललक नहीं है। वे अभावों और दरिद्रता को नियति या पूर्व जन्मों का फल मान बैठे हैं। माध्यम प्रयास करें तो वे लोगों में अच्छे जीवन के प्रति ललक पैदा कर सकते हैं। फिल्में इस दिशा में कार्य करती हैं किंतु कल्पना लोक में ले जाती हैं। विज्ञापन इस दिशा में अच्छा कार्य कर सकते हैं।

8. रचनात्मक वातावरण (Creative Environment)

विकासशील राष्ट्रों में बड़े पैमाने पर फैली अव्यवस्था और भ्रष्टाचार ने वहाँ के नागरिकों विशेषकर युवा पीढ़ी में गहरी निराशा है। माध्यम नकारात्मक बातों को प्रसार बढ़ाने की लालच में महिमामंडित कर छापते हैं। यदि वे केवल व्यावसायिक हितों को प्राथमिकता न देकर कुछ रचनात्मक कार्यों को प्रमुखता से कवरेज दें तो मीडिया और मुल्क पर हमारी आस्था बढ़ेगी। जनमाध्यम अपने प्रयासों से देश की साफ तस्वीर पेश कर आशा की किरण जगा सकते हैं।

NOTES

9. जनमत निर्माण (Opinion Building)

जनमाध्यमों को स्थितियों और मुद्दों का समालोचनात्मक मूल्यांकन कर स्थिति/मुद्दे पर अपने विचार देने चाहिए ताकि राष्ट्रीय महत्त्व के मसलों पर आम सहमति का वातावरण बन सके।

10. उपेक्षित विषयों पर ध्यान (Focus on Neglected Issues)

सरकारों की अपनी मजबूरी में लोक महत्त्व के विषय कभी–कभी उपेक्षित रह जाते हैं। पर्यावरण–संरक्षण, जनसंख्या नियंत्रण इत्यादि विषयों पर समाज और सरकार का ध्यान निरंतर आकृष्ट कराते रहना चाहिए।

निष्कर्ष रूप में कहा जा सकता है कि जनमाध्यम वर्तमान कार्यशैली और प्राथमिकताओं में किन्चित बदलाव से विकास के लिए आवश्यक वातावरण का सृजन करने और विकास कार्यों में जनता की भागीदारी सुनिश्चित करने में उत्प्रेरणीय भूमिका का निर्वाह कर विकास में योगदान कर सकते हैं।

4.3.2 पारंपरिक माध्यम (Traditional Medium)

भारत में संचार की परंपरा उतनी ही पुरानी है, जितना मानव का अस्तित्व। पहले प्रतीक, संकेत और ध्वनि के माध्यम से संदेशों के संप्रेषण के उदाहरण मिलते हैं। सम्राट अशोक के शिलालेख प्राचीन परंपरा में संचार के जीवंत अभिलेख हैं और सम्राट अकबर के काल में खबरनवीस दूरदराज तक की खबरें उन तक पहुँचाते थे। ताड़पत्रों से लेकर कागज पर लेखन के असंख्य प्रमाण मिलते हैं। वास्तव में जीवंत भारतीय समाज में संदेशों के प्रभावी संप्रेषण का ताना–बाना अपने लोकजीवन की शैली में ही शामिल था। राजस्थान में कठपुतली, बंगाल में जात्रा, उत्तर भारत में नोटंकी, महाराष्ट्र में तमाशा, हिमाचल में करियाला और दक्षिण भारत में बुर्राकथा जैसी लोक संप्रेषण विधाएं अपनी संपूर्णता से लोगों के लिए मनोरंजन के साथ–साथ सूचनाओं के संप्रेषण का भी कार्य करती थीं। भारत के स्वंतत्रता आंदोलन में परंपरागत माध्यमों की विशेष भूमिका रही है। प्रभात फेरियों से जन–जागरण का महत्त्वपूर्ण कार्य इस काल में हुआ। नुक्कड़ नाटक और नुक्कड़ सभाओं ने देश में आजादी की अलख जगाने का काम किया।

वर्तमान में आधुनिक माध्यमों के प्रभाव में हमारे परंपरागत माध्यम विलुप्त हो रहे हैं किंतु संप्रेषणीयता और प्रभाव की दृष्टि से आज भी ये माध्यम बेजोड़ हैं। किसी रामलीला मंचन, रासलीला प्रस्तुति और धार्मिक कथाओं के आयोजन

में हजारों–हजार लोगों की उमड़ी भीड़ आज भी संप्रेषण की इन विधाओं के महत्त्व को रेखांकित करती है।

NOTES

4.3.3 मुद्रित माध्यम (Print Medium)

जनसंचार के आधुनिक माध्यमों में मुद्रित माध्यम सबसे पुराना है। विश्व में एक प्रति से अनेक प्रतियों को बनाने के लिए मुद्रण तंत्र (प्रिंटिंग प्रेस) का आविष्कार 14वीं शताब्दी में जोहान्स गुटनबर्ग ने किया। भारत में मुद्रण 16वीं शताब्दी में आया। आधुनिक मशीनों के जरिये मुद्रण कार्य में उत्तरोत्तर प्रगति हुई है। प्रांरभ में लाइनोटाइप और मोनोटाइप कंपोजिंग के स्थान पर आज कम्प्यूटरीकृत विशाल मुद्रण संयंत्रों से लाखों की संख्या में समाचार पत्रों और पत्रिकाओं की प्रतियों का मुद्रण होता है। भारत के सर्वाधिक लोकप्रिय और प्रसार संख्या वाले दस समाचार पत्रों में से पहले तीन एक करोड़ पाठक संख्या पार कर चुके हैं। दैनिक जागरण विश्व का सर्वाधिक प्रतियां छापने वाला समाचार पत्र बन गया है। जबकि इससे पहले जापान का असाही शिंबुन संसार का सर्वाधिक बिकने वाला अखबार था।

अखबार और पत्रिकाएं मुद्रित माध्यमों के सर्वश्रेष्ठ उदाहरण हैं जिसमें मुद्रित सामग्री असंख्य लोगों तक प्रकाशित होकर पहुंचती है।

मुद्रित माध्यमों की विशेषताएँ

- सामग्री में स्थायित्व छपे हुए शब्दों में स्थायित्व होता है।
- गहराई से विश्लेषण संभव होता है।
- मत वैभिन्य के लिए स्थान
- लेखन की विलोम स्तूपाकार एवं आयताकार शैली
- लेखकीय अभिव्यक्ति को प्रधानता
- तथ्यों के निरूपण में वैविध्य
- निरक्षरों के लिए मुद्रित माध्यम किसी काम के नहीं होते।
- ये तुरंत घटी घटनाओं को संचालित नहीं कर सकते।
- इसमें स्पेस तथा शब्द सीमा का ध्यान रखना पड़ता है।
- इसमें एक बार समाचार छप जाने के बाद अशुद्धि–सुधार नहीं किया जा सकता।

NOTES

4.3.4 दृश्य–श्रव्य माध्यम (Audio-visual Medium)

भारत में जनमाध्यम के रूप में सबसे पहले समाचारपत्र की शुरूआत हुई। पहला समाचारपत्र सन् 1780 में कलकत्ता से अंग्रेजी में प्रकाशित हुआ। पत्र का प्रकाशन ईस्ट इंडिया कम्पनी के पुराने अधिकारी जेम्स आगस्ट्स हिकी ने किया। इसलिए इस पत्र को 'हिकी गजट' भी कहा जाता है। समाचारपत्र अंग्रेजी में था। 30 मई 1826 में हिन्दी का पहला समाचारपत्र 'उदन्त मार्तण्ड' भी कलकत्ता से प्रकाशित हुआ। जिसे कानपुर के व्यवसायी जुगल किशोर शुक्ल ने प्रकाशित किया था। आजादी के आन्दोलन में देश के लगभग सभी महत्त्वपूर्ण नेताओं द्वारा समाचारपत्रों का प्रकाशन किया गया। इसमें बाल गंगाधर तिलक के समाचारपत्र 'केशरी' और 'मराठा', गणेश शंकर विद्यार्थी का पत्र 'प्रताप', माखनलाल चतुर्वेदी का 'कर्मवीर' और गाँधी जी के पत्र 'यंग इंण्डिया' और 'हरिजन' थे। समाचारपत्रों ने स्वतंत्रता संग्राम में देश में जनजागरण करने में महत्त्वपूर्ण भूमिका का निर्वाह किया। आजादी के बाद साक्षरता के विकास और नई तकनीक के कारण समाचारपत्रों के पाठक और प्रसार संख्या में भी वृद्धि हुई। आज भारत के सबसे ज्यादा बिकने वाले तीन समाचार पत्र 'दैनिक जागरण', 'अमर उजाला' और 'दैनिक भास्कर' की प्रसार संख्या एक करोड़ से अधिक है। 'दैनिक जागरण' विश्व का सबसे अधिक पाठक संख्या वाला समाचार पत्र है। समाचार पत्र वैचारिक आदान–प्रदान के सशक्त मंच है। अनौपचारिक शिक्षण, त्वरित सूचना और जनमत निर्माण में समाचारपत्रों की महत्त्वपूर्ण भूमिका है।

मुद्रित माध्यमों के रूप में समाचारपत्रों का महत्त्व लम्बे समय तक रहा। बाद में दृश्य–श्रव्य माध्यम भी प्रचलन में आये। दृश्य–श्रव्य माध्यमों में मुख्य रूप से रेडियो, टेलीविजन और फिल्म आते हैं। आइये कुछ दृश्य–श्रव्य माध्यमों के बारे में विस्तार से जानकारी प्राप्त करें।

रेडियो–

प्रसिद्ध संचार विज्ञानी मार्शल मैक्लूहान ने रेडियो को रियल मॉस मीडियम अर्थात वास्तविक जनमाध्यम माना है। रेडियो भौगोलिक, राजनीतिक सीमाओं के परे सुदूर अंचलों में बैठे श्रोताओं को सूचना, शिक्षा और मनोरंजन की त्रिवेणी से समृद्ध करता है। रेडियो भारतीय परिवेश में प्रसारण के लिए बहुत प्रभावी माध्यम है क्योंकि इसकी लागत कम है। बिजली के बगैर भी वैकल्पिक ऊर्जा से चल सकता है। मरम्मत आस–पास ही हो जाती है और इसके कार्यक्रमों का आनन्द कार्य करते–करते लिया जा सकता है।

भारत में रेडियो की शुरूआत 'रेडियो क्लबों' के रूप में हुई। बाद में इसे ब्रिटिश शासन द्वारा 'इंडियन स्टेट ब्राडकास्टिंग सर्विस' नाम की सेवा के रूप में स्थापित किया गया। बाद में इसका नाम 'आल इंडिया रेडियो' और फिर 'आकाशवाणी' किया गया। भारत में प्रारम्भ से ही रेडियो प्रसारण सरकार के अधीन था। आजादी के बाद भी केन्द्रीय सरकार के सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय के तहत इसे रखा गया। सन् 1930 के दशक से रेडियो के विकास की जो यात्रा प्रारम्भ हुई वह अब तक जारी है। रेडियो प्रसारण में नित नये आयाम जुड़ रहे हैं। आज रेडियो अपने नये अवतार एफ.एम., कम्युनिटी रेडियो, स्काई रेडियो इत्यादि रूपों में निरन्तर लोकप्रिय हो रहा है। भारत की हरित क्रांति में महत्त्वपूर्ण भूमिका का निर्वाह करने वाला यह जनमाध्यम आज ज्ञानाधारित समाज की रचना का आधार बन रहा है। वर्तमान समय में शासकीय प्रसारण के अतिरिक्त अनेक निजी रेडियो चैनल भी अपनी सेवाएँ प्रदान कर रहे हैं।

NOTES

टेलीविजन –

भारत में टेलीविजन की शुरुआत सामुदायिक विकास के उपकरण के रूप में हुई। राष्ट्र निर्माताओं का विचार था कि टेलीविजन के माध्यम से आधुनिक ज्ञान और जानकारियों को सुदूर अंचल में बैठे भारतवासियों तक प्रभावी ढंग से पहुँचाया जा सकता है। टेलीविजन में रेडियो से अलग केवल आवाज न होकर चित्र भी होते हैं। इसलिए इनका प्रभाव अधिक और लम्बे समय तक रहता है। सूचना क्रांति के दौर में सेटेलाइट के माध्यम से प्रसारण द्वारा आज लगभग 300 चैनल भारतीय उपभोक्ताओं को उपलब्ध हैं। शुरूआत में टेलीविजन प्रसारण भारत में दूरदर्शन के नाम से प्रारम्भ हुआ। सन् 1982 में भारत में रंगीन प्रसारण शुरू हुआ। लघु और मझोले ट्रांसमीटरों के जरिये पूरे देश में टेलीविजन नेटवर्क फैला। सूचना, शिक्षा और मनोरंजन के क्षेत्र में टेलीविजन ने महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाई। सूचना और प्रसारण मंत्रालय ने रेडियो और टेलीविजन को स्वायत्तता देने की दृष्टि से प्रसार भारती नाम के पृथक राष्ट्रीय प्रसारण ट्रस्ट की स्थापना की है। आज राष्ट्रीय प्रसारक दूरदर्शन के साथ अनेक निजी चैनल अपनी सेवाओं के जरिये करोड़ों भारतीय घरों में अपनी असरदार उपस्थिति दर्ज कर रहे हैं।

फिल्म–

मूलरूप से हम फिल्मों को केवल मनोरंजन का माध्यम मानते हैं। फिल्में मनोरंजन तो करती हैं किन्तु सामाजिक परिवर्तन का भी ये एक सशक्त माध्यम हैं। भारत में फिल्मों की शुरूआत फ्रांस के ल्यूमियर बंधुओं द्वारा बम्बई में वाट्सन सिनेमा में फिल्मों के प्रसारण से हुआ। बाद में भारत में भी फिल्में बनने लगीं। प्रथम भारतीय फिल्म सन् 1913 में प्रदर्शित हुई, जिसका नाम 'राजा

NOTES

हरिश्चन्द्र' था। इस फिल्म का निर्माण दादा साहेब फाल्के ने किया था। पहले की फिल्मों में केवल चित्र होते थे। आवाज नहीं। यह मूक फिल्मों का दौर था। सन् 1933 में अर्देशिर इरानी ने 'आलम आरा' नाम की बोलती फिल्म बनाई। तभी से फिल्म प्रदर्शन स्थलों को टाकीज कहा जाने लगा।

पराधीन भारत में सामाजिक, राजनीतिक जागरूकता के लिये अनेक फिल्मों का निर्माण हुआ। स्वाधीनता के बाद फिल्म उद्योग को बढ़ावा देने के लिए सूचना और प्रसारण मंत्रालय में अनेक प्रकोष्ठ गठित किये गये। फिल्मों से जुड़े निर्देशकों, संगीतकारों और अन्य कलाकारों ने अपनी कला के माध्यम से दर्शकों के दिल पर अमिट छाप छोड़ी। आज भारतीय सिनेमा पूरे विश्व में प्रतिष्ठित है। भारत में बनने वाली फिल्में विदेशों में भी सफलतापूर्वक व्यवसाय कर रही हैं। यूरोप, अमेरिका और एशिया के अनेक देशों में भारतीय फिल्मों की अच्छी मांग है। तकनीकी दृष्टि से भी फिल्मों ने लम्बी यात्रा तय की है। मूक युग से लेकर मल्टीप्लेक्स सिनेमा तक फिल्में हमारे बदलते भारतीय समाज की सार्थक तस्वीर रही हैं। आज भी फिल्मों के जरिये नये विचार, नये मुद्दे और नये विकल्प समाज को प्रस्तुत किये जा रहे हैं।

4.3.5 नये माध्यम (New Medium)

पूर्व के वर्गीकरण के आधार पर संचार को मुद्रित, इलेक्ट्रानिक और परम्परागत माध्यमों में बाँटा गया है, लेकिन वर्तमान वर्गीकरण में संचार को पुराने और नये माध्यमों में बाँटकर देखते हैं। नये माध्यमों का अर्थ ऐसे माध्यमों से है जिनमें कम्प्यूटर और उपग्रह आधारित तकनीकों का उपयोग होता हो। इसे कम्प्यूटर मीडिएटेड कम्यूनिकेशन या कम्प्यूटरनिष्ठ संचार भी कहते हैं। इन माध्यमों में स्मार्ट फोन, इन्टरनेट और सोशल नेटवर्किंग साइट्स, ब्लॉग आदि आते हैं। इन माध्यमों के बारे में आप इस पाठ्यक्रम के द्वितीय वर्ष के मॉडयूल कम्प्यूटर कौशल में विस्तार से जानकारी प्राप्त करेंगे। वहाँ पर आप जान सकेंगे कि सोशल मीडिया – ट्वीटर, फेसबुक, व्हाट्स एप, ब्लॉग इत्यादि का उपयोग कैसे किया जा सकता है तथा इन माध्यमों की विकास के सन्दर्भ में क्या भूमिका हो सकती है।

हमने जाना

1. जनसंचार संचार के एक माध्यम के रूप में बहुत प्रभावी है, जिससे एक कृत्रिम व्यवस्था द्वारा संदेश को एक साथ असंख्य लोगों तक पहुँचाया जा सकता है।

2. जनसंचार के लिए कुछ माध्यम आवश्यक हैं। इन्हें जनसंचार माध्यम या जनमाध्यम या मीडिया कहते हैं।

3. जनसंचार माध्यमों में रेडियो, टेलीविजन, फिल्म और पत्र–पत्रिकाएँ प्रमुख माध्यम हैं, किन्तु तकनीकी प्रकृति के साथ–साथ इन्टरनेट और मोबाइल फोन जैसे साधन भी आज खूब प्रयोग में आ रहे हैं।

NOTES

कठिन शब्दों के अर्थ

जन– असमान प्रकृति के असंख्य लोगों का समूह जन कहलाता है।

जनमाध्यम– जनसंचार के लिए जिन माध्यमों की आवश्यकता होती है उन्हें जनमाध्यम, जनसंचार माध्यम या मीडिया कहते हैं।

मीडिया मिक्स– संचार के लिए जब दो या दो से अधिक माध्यमों का प्रयोग एक–साथ करते हैं तो इसे मीडिया मिक्स कहते हैं।

अभ्यास के प्रश्न :

1. आपने सामाजिक समस्याओं पर अनेक फिल्में देखी होंगी। कृपया उन्हें समस्याओं की इस तालिका के साथ व्यवस्थित कीजिए–

1	समस्या का प्रकार	संबंधित फिल्म
1.	छुआ–छूत	
2.	दहेज प्रथा	
3.	बेरोजगारी	
4.	भ्रष्टाचार	
5.	आतंकवाद	

2. आपने इनमें से किस रोडियो को सुना है?

(1) स्काई रेडियो

(2) एफ.एम. रेडियो

(3) विविध भारती

(4) सामुदायिक रेडियो

NOTES

3. क्या आप मानते हैं कि टेलीविज़न नेटवर्क सूचना शिक्षा के बजाय मनोरंजन पर अधिक ध्यान देते हैं? अपने विचार उदाहरण सहित 300 शब्दों में लिखिये।

आओ करके देखें

1. अपने क्षेत्र में उपलब्ध संचार के साधनों की सूची बनाइयें। जैसे – समाचार पत्र, पत्रिकाएं, रेड़ियों, टेलीविजन, साइबर कैफे इत्यादि।
2. अपने क्षेत्र में उपलब्ध समाचार पत्रों की सूची बनाइये साथ ही तालिका बनाइये कि आपके क्षेत्र की खबरें किस समाचार पत्र में किस–किस दिन प्रकाशित हुई है?
3. ग्रामीण स्तर पर निम्नांकित में से आपके क्षेत्र में कौन–कौन से ई–माध्यम उपयोग में आ रहे हैं। सूची एवं कार्य बताइये। जैसे – मोबाइल, इन्टरनेट, टेलीविजन, रेडियो, साइबर कैफे इत्यादि।

अधिक जानकारी के लिए संदर्भ सूत्र

1. केवल जे. कुमार की पुस्तक 'मास कम्यूनिकेशन इन इंडिया' पढ़ें।
2. 'ज्ञानदर्शन' और 'ज्ञानवाणी' इन्दिरा गाँधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय के शिक्षा प्रदान करने वाले चैनल हैं। इन्हें नियमित रूप से सुनें तथा देखें।

■■■

4.4 सामुदायिक नेतृत्व के लिये जीवन कौशल (Life Skills for Community Leadership)

NOTES

उद्देश्य

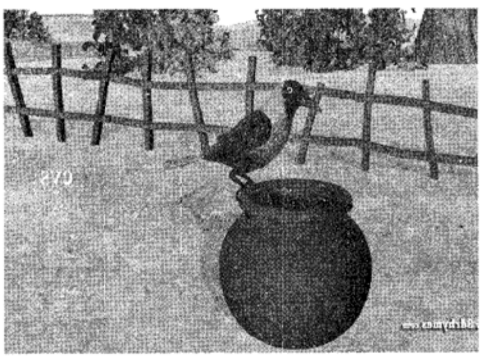
इस इकाई को पढ़कर आप जान सकेंगे कि–

- जीवन कौशल क्या है और इसके विविध आयाम कौन–कौन से हैं?
- जीवन कौशल सामुदायिक नेतृत्व के लिए और सामाजिक पूँजी को बढ़ाने की दृष्टि से कितना महत्त्वपूर्ण होता है?
- जीवन कौशल जीवन के लिए और विशेषकर सामुदायिक नेतृत्वकर्ता के जीवन के लिए कितना उपयोगी है?

4.4.1 जीवन कौशल क्या है? (What is Life Skill)

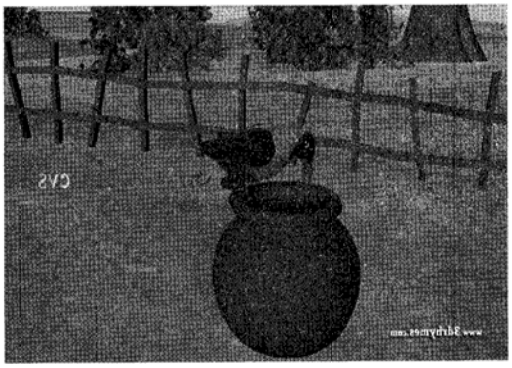
पिछली इकाइयों में जनसंचार के विविध माध्यमों की जानकारी, नेतृत्व के लिये उनकी आवश्यकता एवं महत्त्व तथा उनके उपयोग से होने वाले अनेक फायदे हम देख चुके हैं। बहुत से व्यक्ति सामुदायिक नेता बनने की इच्छा रखते हैं किन्तु उनमें से अधिकांश अपने उद्देश्य में सफल नही हो पाते। इसका मुख्य कारण उनमें नेतृत्व की कुशलता का अभाव होता है। इस इकाई में हम एक सामुदायिक नेता को सफल होने के लिये आवश्यक जीवन कौशल की जानकारी प्रदान करेंगे। कोई भी सामुदायिक नेता ऐसे जीवन कौशल से संबंधित गुणों के अभाव में न तो स्वयं का विकास कर सकता है और न ही अपने समुदाय को आगे ले जाने में सफल होता है।

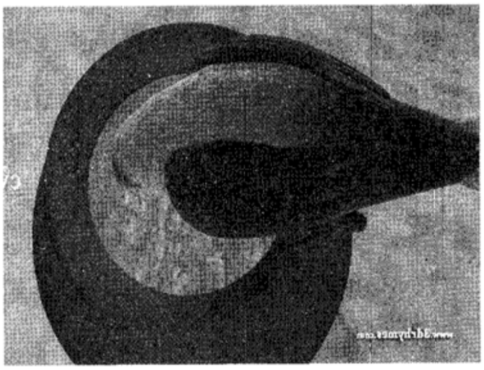
जीवन–कौशल की उपयोगिता को समझने के लिए जन–जन में प्रचलित एक छोटी–सी कहानी प्रस्तुत है–





NOTES





लगी एक कौवे को प्यास। उड़ कर गया घड़े के पास।।

चोंच न पहुँची जल तक हाय। लगा एक भी नहीं उपाय।।

तब वह लाया कंकड़ एक। और दिया पानी में फेंक।।

कंकड़ और कई भी लाया। बीच घड़े में उसे गिराया।।

पानी ऊपर बढ़ता आया। कौवा पीकर खूब अघाया।।

जो वह जाता हिम्मत हार। कैसे होता बेड़ा पार।।

इस कहानी में कौवे के माध्यम से हिम्मत, युक्ति और बुद्धि के बल पर कठिन–से–कठिन समस्या का समाधान होने की तरफ ध्यान आकर्षित किया गया है। जीवन कौशल इसी प्रकार के मानवीय गुणों का समन्वय है, जिसके माध्यम से एक सामुदायिक नेता समाज की कठिन–से–कठिन समस्याओं का सामना आसानी से कर सकता है।

जीवन–कौशल (Life-Skill) क्या है? इसे समझने के लिये आइए इससे मिलते जुलते कुछ अन्य शब्दों की तरफ ध्यान दें–

- ✓ आजीविका कौशल (Livelihood Skill)
- ✓ जीने का कौशल (Living Skill)
- ✓ जीवन–शैली (Life Style)
- ✓ जीवन–कौशल (Life Skill)

उपरोक्त सभी देखने में एक से लगते हैं, किन्तु इनमें से प्रत्येक तात्पर्य की दृष्टि से एक दूसरे से भिन्न हैं।

आइये देखें कैसे?

प्रसिद्ध विद्वान मेस्लो ने मानव की आवश्यकताओं को पदसोपानात्मक क्रम में रखते हुए, निम्नांकित पाँच आवश्यकतायें बताई हैं, (इसे आप माड्यूल 2, विकास के लिये नेतृत्व में देख चुके हैं) –

NOTES

1. शारीरिक आवश्यकता
2. सुरक्षा संबंधित आवश्यकता
3. सामाजिक जुड़ाव की आवश्यकता
4. सम्मान संबंधी आवश्यकता
5. आत्म प्रत्यक्षीकरण संबंधी आवश्यकता

जैसे छत पर जाने के लिये सीढ़ी के पहले पायदान से प्रारंभ करते हैं वैसे ही सबसे पहले व्यक्ति शारीरिक आवश्यकताओं की पूर्ति करता है। उसके बाद सुरक्षा संबंधी आवश्यकताओं जैसे : आवास इत्यादि की पूर्ति करता है। इसके पश्चात् सामाजिक प्यार, सम्मान एवं आत्मप्रत्यक्षीकरण के लिए उसका प्रयास क्रमशः बढ़ता है। यहॉ पर उपरोक्त चारों भी क्रमशः प्रारंभिक आवश्यकता से विकास के अंतिम स्तर यानि आत्मप्रत्यक्षीकरण तक बढ़ने को बताते हैं। आइये जानें कैसे –

पहला स्तर

प्रत्येक व्यक्ति की कुछ अनिवार्य आवश्यकतायें होती हैं, जिनको पूरा किये बगैर वह जी नहीं सकता है। प्रारंभिक स्तर पर आदमी अपनी शारीरिक आवश्यकताओं की पूर्ति के लिये ही प्रयास करता है। जैसे : अगर कोई व्यक्ति तीन दिन से भूखा हो और उसे ज्ञान की बात बताई जाये तो वह ज्ञान की बात सुनने की बजाय कुछ भी पहले खाना चाहेगा। आजीविका कौशल इसी स्तर की आवश्यकता की पूर्ति करने में सहायक है, जिसमें हम कोई काम इत्यादि करने की शक्ति प्राप्त करते हैं। यह कार्य हमारे जीवन–यापन में सहायक होता है।

दूसरा स्तर

जब व्यक्ति की प्राथमिक आवश्यकतायें पूरी होने लगती हैं तो वह उच्च जीवन स्तर प्राप्त करने का प्रयास करने लगता है। इसके लिये वह प्रारंभ में अपने रहन–सहन एवं खान–पान इत्यादि को और आनन्ददायक बनाने का प्रयास करता है। इस प्रकार जीवन आनन्ददायक और उच्च स्तर का बनाने के

तरीके को ही जीने का कौशल कहते हैं, जैसे : पढ़ना–लिखना, व्यायाम एवं संचार इत्यादि।

NOTES

तीसरा स्तर

व्यक्ति के विकास की तीसरी अवस्था जिसमें शारीरिक सुख प्राप्त करने के बावजूद यह इच्छा बनी रहती है कि सभी उसको जानें, सभी उसका सम्मान करें और सभी उसके अनुसार आचरण करें। इस अवस्था को प्राप्त करने के लिये व्यक्ति के अंदर कुछ विशेष गुणों का विकास होना आवश्यक होता है। इन गुणों को ही जीवन–कौशल के नाम से जाना जाता है।

जीवन–शैली जीने के तरीके के अनेक विकल्पों में से अपने लक्ष्य, परिवेश एवं मूल्यों के अनुरूप एक का चयन है। किसी व्यक्ति की जीवन शैली का निर्धारण इसी जीने के तरीके के एक विकल्प का उसके उद्देश्य के आधार पर चयन है। जैसे : भारतीय जीवन–शैली, पाश्चात्य जीवन–शैली इत्यादि।

1	आजीविका कौशल (Livelihood Skill)	प्रारंभिक मूलभूत शारीरिक आवश्यकता की पूर्ति	भूख, नींद, प्यास, कपड़ा, आवास, इत्यादि
2	जीने का कौशल (Living Skill)	द्वितीयक सहयोगी भौतिक आवश्यकता की पूर्ति	साक्षरता, शिक्षा, परिवहन, आधुनिक संचार एवं अन्य उपकरण का ज्ञान इत्यादि
3	जीवन शैली (Life Style)	तृतीयक लक्ष्य आधारित सामाजिक आवश्यकता	भारतीय जीवन शैली, पाश्चात्य जीवन शैली
4	जीवन कौशल (Life Skill)	सह अस्तित्व एवं सबके सुख एवं विकास से संबंधित कार्य	व्यावहारिक कुशलता, चरित्र, सबको जोड़कर लक्ष्य को प्राप्त करने से संबंधित कार्य करवाने की विशेषता का विकास

उपरोक्त सारणी में दिये गये विवरण से स्पष्ट है कि जीवन कौशल मानव जीवन के विकास के उच्च स्तर से संबंधित हैं। ये वे क्षमतायें है जो दिन प्रतिदिन जीवन में आने वाली चुनौतियों और समस्याओं के समाधान में मदद

करती हैं। बेहतर जीवन के लिये केवल सामुदायिक नेता को ही नहीं बल्कि प्रत्येक व्यक्ति को इनको अपने जीवन में उतारने का प्रयास करना चाहिये।

NOTES

4.4.2 जीवन–कौशल के आयाम (Dimensions of Life Skills)

जीवन कौशल को मुख्य रूप से दो भागों में बांटा जा सकता है –

- स्वविकास से संबंधित जीवन कौशल
- लाभार्थी या सामाजिक विकास से संबंधित जीवन कौशल

स्व–विकास से संबंधित जीवन कौशल

इसके अन्तर्गत व्यक्ति के स्वयं के व्यक्तित्व के विकास से संबंधित महत्त्वपूर्ण गुणों को अपनाने पर बल दिया जाता है। जैसे–

- **शारीरिक विकास कौशल**– व्यायाम, योग, प्राकृतिक जीवन यापन, आरोग्य से संबंधित नियमों का पालन, इन्द्रियों पर नियंत्रण इत्यादि
- **मानसिक विकास कौशल**– आत्मदर्शन के लिए स्वाध्याय, भावनात्मक समझ एवं रिश्ते, तनाव पर नियंत्रण, उचित निर्णय लेने की क्षमता इत्यादि का विकास।
- **आत्मप्रत्यक्षीकरण से संबंधित विकास–कौशल**– लक्ष्य पहचान, अपनी क्षमता की पहचान, रचनात्मक दिशा में कार्य इत्यादि

लाभार्थी या सामाजिक विकास से संबंधित जीवन कौशल

आम का वृक्ष प्रारम्भ में परिवेश एवं भूमि से स्वयं का विकास करता है, इसके बाद अपने फलों का लाभ पूरे समाज को देता है। संबंधित समाज भी उन आम के वृक्षों एवं उसके फलों की रक्षा के लिये प्रयास करता है।

इसी प्रकार जब व्यक्ति का विकास हो जाता है, तो उसका लाभ समाज को मिलने लगता है।

4.4.3 सामाजिक पूँजी बढ़ाने में जीवन–कौशल की उपयोगिता (Utility of Life Skills for increasing Social Capital)

एक सामुदायिक नेता को विकास के लिये सामाजिक पूँजी के संचय पर बल देना चाहिये ताकि समाज आर्थिक विकास के लिए तैयार हो जाए।

प्रश्न है कि सामाजिक पूँजी कैसे बढ़े?

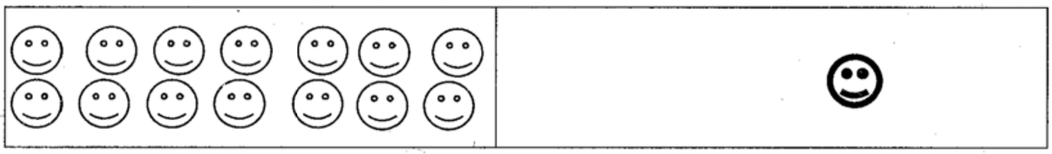
विश्व बैंक द्वारा सामाजिक पूँजी बढ़ाने के लिये निम्नांकित जीवन कौशलों का विकास आवश्यक माना गया है–

NOTES

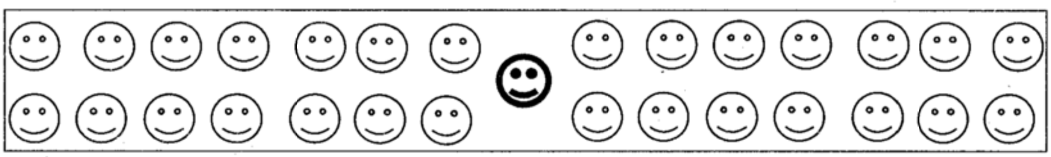
- ✓ समूह एवं नेटवर्क का अंग बनने का कौशल
- ✓ परस्पर विश्वास को बढ़ाने का कौशल
- ✓ एकजुटता का कौशल
- ✓ सूचना एवं संचार के अधिकतम उपयोग का कौशल
- ✓ सहयोग का कौशल
- ✓ सामूहिक प्रयास का कौशल
- ✓ सामाजिक समावेश एवं परस्पर जुड़ाव का कौशल
- ✓ सशक्तिकरण एवं राजनीतिक सहभागिता का कौशल

उपरोक्त विश्व बैंक द्वारा प्रस्तुत सामाजिक पूँजी बढ़ाने के कौशलों का निष्कर्ष यदि हम निकालें तो पता चलता है कि या तो हम बड़े समूह का अंग बन जाये अथवा बड़ा समूह या नेटवर्क निर्मित करें। इसको हम निम्नांकित उदाहरण से समझ सकते हैं –

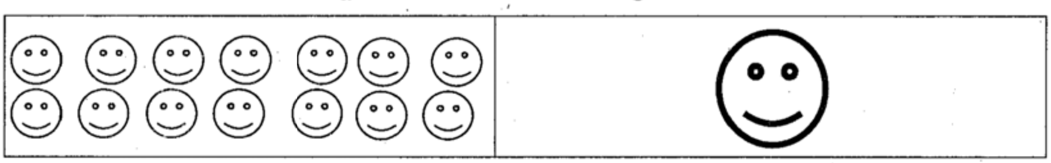
चित्र के पहली स्थिति से स्पष्ट है कि समूह से अलग रहने पर व्यक्ति का अस्तित्व छोटा होता है। यदि हमें बड़ा बनना है तो या तो दूसरी स्थिति के अनुसार किसी बड़े समूह के साथ जुड़ जाना होगा अथवा उस समूह से भी बड़ा समूह बनाना होगा।



पहली स्थिति – अलग रहने पर



दूसरी स्थिति – समाज से जुड़ने पर



तीसरी स्थिति – स्वयं की स्थिति श्रेष्ठ बना लेना

उपरोक्त रेखाचित्र से स्पष्ट है कि बड़े बनने के लिये बड़ा समूह या नेटवर्क होना आवश्यक है।

NOTES

4.4.4 सामुदायिक नेतृत्व के लिये जीवन कौशल (Life Skills for Community Leadership)

यहाँ पर कुछ ऐसे कौशलों की जानकारी दी जा रही है, जिनसे व्यक्ति समाज में न केवल अपने लक्ष्य के अनुसार महत्त्वपूर्ण स्थान प्राप्त कर सकता है बल्कि समाज का एक अभिन्न अंग बन जाता है।

- सहयोग
- समझौता
- सकारात्मक चिन्तन
- समीक्षात्मक चिन्तन
- रचनात्मक चिन्तन
- स्वयं के प्रति कठोर एवं दूसरों के प्रति दयालु
- उचित निर्णय लेना
- समस्या–समाधान
- परस्पर विश्वास
- संगठित प्रयास
- विवादों का समाधान
- दूसरों को श्रेय
- अच्छा श्रोता
- प्रभावी संचार – कुशल वक्ता
- तनाव पर विजय
- भावनाओं पर नियंत्रण
- टीम–निर्माण
- समय–प्रबंधन
- कार्य–प्रबंधन
- सबका अधिकतम उपयोग
- समानुभूति
- परानुभूति
- पैरवी

NOTES

सहयोग

सहयोग का तात्पर्य है कि समुदाय के किसी भी व्यक्ति की शारीरिक, आर्थिक या मानसिक समस्या–समाधान की आवश्यकता का पूरक बनना।

समझौता

अपने लक्ष्य की प्राप्ति के लिये कभी–कभी समूह को साथ लेने के लिये परस्पर दो विरोधी विचारधाराओं के मध्य समझौता कराना पड़ता है। सामुदायिक नेता में संप्रेषण कौशल, वाक्पटुता एवं दोनों को समान महत्त्व देने के कौशल से एकजुटता पैदा किया जा सकता है।

सकारात्मक चिन्तन

सामुदायिक नेता को हमेशा अच्छे परिणाम आने से संबंधित चिन्तन करना आवश्यक है। नेतृत्व का नकारात्मक चिन्तन पूरे समूह को हतोत्साहित कर देता है और इसका प्रभाव लक्ष्य की प्राप्ति या परिणाम पर पड़ता है।

समीक्षात्मक चिन्तन

समीक्षात्मक चिन्तन का अर्थ नकारात्मक चिन्तन नहीं है। इसका मतलब है कि लक्ष्य प्राप्ति के लिये अपनी शक्ति एवं उपलब्ध अवसरों का आकलन करते हुये अपनी कमजोरियों एवं आने वाली बाधाओं का समुचित विचार कर उचित निर्णय लिया जाये।

रचनात्मक चिन्तन

सामाजिक कार्य दो प्रकार का होता है– रचनात्मक तथा विध्वंसात्मक। रचनात्मक– जो विकास की तरफ ले जाये तथा विध्वंसात्मक– जो लोगों को पीड़ित करें। सामुदायिक नेता को सदैव रचनात्मकता की तरफ ले जाने वाले कार्यों का ही चयन करना चाहिये जिससे समाज में उसके प्रति सम्मान का भाव पैदा हो। रचनात्मक सोच रखने वाले अलग ढंग से सोचते हैं और कार्यों को करते है। उनके पास काम करने एवं करवाने के नये–नये तरीके होते हैं और उनके विचार भी अन्य लोगों से अलग होते है। यह नवाचार ही रचनात्मक चिन्तन को बल देता है।

स्वयं के प्रति कठोर एवं दूसरों के प्रति दयालु

एक सामुदायिक नेता को अपने चरित्र एवं व्यवहार के प्रति कठोर रवैया अपनाना चाहिये। उसे सामाजिक मूल्यों से थोड़ा भी पृथक नहीं होना चाहिये। इसके विपरीत अपने साथियों से गलती होने पर कठोर दण्ड देने के बजाय

उन्हें सुधरने का अवसर प्रदान करना चाहिये। किन्तु यदि अवसर देने पर भी साथी के व्यवहार में समुचित परिवर्तन दिखाई न दे तो उसके प्रति भी कठोर रवैया अपनाना चाहिये।

NOTES

उचित निर्णय लेना

जीवन में कभी–कभी ऐसी स्थिति आती है कि हमारे सामने अनेक विकल्प होते हैं, उनमें से किसी एक का चयन करना पड़ता है। ऐसी स्थिति में एक सामुदायिक नेता को उचित विकल्प का चयन करना कठिन हो जाता है। सामुदायिक नेता को विकल्पों के चयन के समय यह ध्यान देना चाहिये कि ऐसी परिस्थितियों में हमें क्या करना चाहिये ? क्यों करना चाहियें? कैसे करना चाहिये? कब करना चाहिये? तथा इसके दूरगामी प्रभाव क्या होंगें? कभी भी तात्कालिक समस्या या लाभ को देखते हुये निर्णय नहीं लेना चाहिये। निर्णय लेते समय शांतिपूर्वक सोचकर निर्णय लेना चाहिये न कि भावुक होकर, ताकि बाद में अपने निर्णय पर पछताना न पड़े।

समस्या समाधान

हमें यह अक्सर देखने को मिलता है कि दो या अधिक लोग किसी एक मुद्दे पर बहस करते या झगड़ते हैं, परन्तु किसी परिणाम पर नहीं पहुँच पाते हैं। ऐसी स्थिति में समस्या का समाधान होने के बजाय स्थिति और उलझ जाती है। इसके लिये यह आवश्यक है कि समस्या पर पहले शांतिपूर्वक विचार किया जाय, समस्या समाधान के जितने भी विकल्प हो सकते हैं, उन पर दृष्टि डाली जाय और अंत में उचित विकल्प के चयन का निर्णय लिया जाय। प्रायः समस्या समाधान व निर्णय लेना दोनों साथ–साथ चलते हैं।

परस्पर विश्वास

किसी भी व्यक्ति की सामाजिक प्रतिष्ठा या सम्मान को इस बात से तय किया जाता है कि उसके प्रति कितने लोगों का विश्वास है तथा वह कितने लोगों पर विश्वास करता है। परस्पर विश्वास ही किसी समूह को जोड़ने के लिये सीमेन्ट का कार्य करता है और समूह की ताकत के साथ ही साथ नेता की भी शक्ति बढ़ाता है।

संगठित प्रयास

सामुदायिक नेता को अपने समूह के सभी सदस्यों को संगठित कर लक्ष्य की प्राप्ति के लिये एक साथ प्रयास करने के लिये प्रेरित करने से सफलता मिलना आसान हो जाता है। कहा गया है कि **'संघे शक्ति कलियुगे'** अर्थात

NOTES

वर्तमान समय में संगठन में ही शक्ति है। संगठित प्रयास से किसी भी प्रकार की समस्या का समाधान आसान हो जाता है।

विवादों का समाधान

समूह में कभी–कभी परस्पर मतभेद पैदा हो जाते हैं। एक सामुदायिक नेता इन मतभेदों को दूर करके समूह को विवाद मुक्त रखने का प्रयास करता है। इसके लिये दोनों ही विवादग्रस्त पक्षों में परस्पर विश्वास बनाने के लिये प्रेरित करने से प्रायः समस्या का समाधान हो जाता है।

दूसरों को श्रेय

सामुदायिक नेता का यह दायित्व है कि वह उन सभी व्यक्तियों को जिन्होंने लक्ष्य प्राप्ति में सहयोग प्रदान किया है, श्रेय देना चाहिये। इससे उनको प्रोत्साहन प्राप्त होता है और आगे वे अधिक सक्षमता से कार्य करने के लिये तत्पर हो जाते हैं।

अच्छा श्रोता

जो व्यक्ति अच्छा श्रोता होता है उसे सभी पसन्द करते हैं। अच्छा श्रोता होने से समाज में विश्वास में वृद्धि होती है।

प्रभावी संचार : कुशल वक्ता

प्रभावी संचार के बारे में इस माड्यूल की पिछली इकाइयों में विस्तार से बताया जा चुका है। जैसा कि हम जानते हैं कि संचार केवल बोल–सुनकर ही नहीं होता बल्कि भावों, संकेतों, एवं शारीरिक भाषा से भी किया जाता है। हमारे संबंध हमारी संचार संबंधी कुशलताओं पर निर्भर करते हैं। एक कुशल वक्ता एवं अन्य माध्यमों से भावों को प्रकट करने में सक्षम व्यक्ति लोगों के दिल तक आसानी से पहुँच जाता है।

तनाव पर विजय

प्रायः समाज में जैसा हम चाहते हैं, वैसा ही घटित नहीं होता है। किसी अप्रिय स्थिति के आने पर शरीर तनाव के रूप में अपनी प्रतिक्रिया देता है। तनाव शरीर के साथ–साथ हमारे मन को भी प्रभावित करता है। तनाव की स्थिति में उचित निर्णय लेना प्रायः कठिन हो जाता है। एक सामुदायिक नेता को तनाव से बचने का तरीका आना चाहिए। तनाव से बचने के लिये प्रायः सकारात्मक चिन्तन काफी सहायक सिद्ध होता है। इसके अलावा संबंधित विषय पर सामूहिक रूप से चर्चा करने से भी तनाव में कमी आती है। सामान्य

व्यायाम, प्राणायाम एवं संगीत इत्यादि के अलावा दिन–प्रतिदिन के जीवन शैली के परिवर्तन से भी तनाव में कमी होती है।

NOTES

भावनाओं पर नियंत्रण

मन की अनेक स्थितियां जैसे– खुशी, उदासी, क्रोध इत्यादि को भावना कहते हैं। व्यक्ति को सफल होने के लिये आवश्यक है कि भावनाओं का वह अपने ऊपर प्रभाव न पड़ने दे।

टीम निर्माण

अपने निर्धारित कार्य को सफलतापूर्वक संचालित करके, लक्ष्य–प्राप्ति के लिये यह आवश्यक है कि उपयुक्त व्यक्तियों की टीम बनाई जाय, कोई भी टीम तभी सफल होती है जब समान हित रखने वाले व्यक्तियों को लेकर बनाई जाती है। एक बार टीम बनने के बाद एक साथ सामूहिक प्रयास करने के लिये प्रोत्साहित करना टीम भावना कही जाती है। टीम भावना सफलता पाने के लिये आवश्यक है।

समय प्रबंधन

समय का अधिकतम सदुपयोग ही सफलता का मार्ग प्रशस्त करती है। प्रत्येक व्यक्ति का प्रत्येक दिन का एक बड़ा भाग दिन प्रतिदिन के दिनचर्या संबंधी कार्यों जैसे – खाना, सोना, नहाना, व्यायाम करना आदि में समाप्त हो जाता है। शेष बचे हुये समय को भी अनेक लोग मनोरंजन एवं आलस्य में बिता देते हैं। समय–प्रबंधन वह कला है, जिसके द्वारा समय का अधिकतम प्रयोग करके व्यक्ति सफल होता है। इसके लिये सबसे पहले प्रत्येक दिन उठकर उस दिन के लिये समस्त कार्यों की सूची बनाना आवश्यक होता है। इसके पश्चात् प्रत्येक महत्त्वपूर्ण कार्य को उपयुक्त समय प्रदान कर, शेष बचे हुये समय में अन्य कार्यों को स्थान दिया जाता है। पूरे दिन इस प्रकार बनाई योजना के अनुसार ही कार्य करने पर बल दिया जाता है। जिसका परिणाम समस्त अपेक्षित कार्यों के होने के रूप में प्राप्त होता है।

कार्य–प्रबंधन

समय प्रबंधन के समान ही कार्य प्रबंधन भी एक कला है। इसके लिये अपने करने वाले समस्त कार्यों की रूपरेखा बनाई जाती है, उनमें से सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण कार्यों को पृथक किया जाता है और कार्य करते समय प्राथमिकता सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण कार्यों को दिया जाता है। कार्य प्रबंधन एवं समय प्रबंधन साथ–साथ चलता रहता है।

NOTES

सबका अधिकतम उपयोग

संस्कृत के एक श्लोक में कहा गया है कि कोई भी अक्षर बिना मंत्र के नही है, कोई भी वनस्पति बिना औषधीय गुणों के नहीं है तथा कोई भी मनुष्य अनुपयोगी नहीं है। इन सबका उपयोग करने वाला दुर्लभ होता है। अर्थात् प्रत्येक व्यक्ति में कोई न कोई गुण होता है, उसे उपयोग किया जा सकता है। एक सामुदायिक नेता सबको जोड़कर उसका अधिकतम उपयोग करने का प्रयास करता है।

समानुभूति

समानुभूति का अर्थ है अन्य व्यक्तियों की अनुभूतियों और परेशानियों को समझना। यदि हममें समानुभूति होगी तो हम अपने को दूसरों की स्थिति में रखकर समस्या को समझ सकेंगे। समानुभूति से हमें समस्याओं और परिस्थितियों का विश्लेषण करना आसान हो जाता है। इस प्रकार समानुभूति किसी दूसरे के जूते में पैर डालकर उसके दृष्टिकोण से समझने की कला है। इससे हम बहुत ही भावुक हो जाते हैं और दूसरों के प्रति प्रेम पूर्ण व्यवहार करने लगते हैं, लोग हमारी इस बात के लिये प्रशंसा करते हैं और बदले में हमें भी प्यार मिलता है।

परानुभूति

परानुभूति वह कौशल है जिसके द्वारा दूसरे को अपने स्थान पर रखकर देखा जाता है। उदाहरण के लिये यदि एक नेता अपने साथियों के प्रति अपने कार्यों का आंकलन इस आधार पर करे कि यदि वह मेरी जगह पर होता तो क्या करता परानुभूति हैं। परानुभूति से दूसरों के प्रति सम्यक व्यवहार करना आसान हो जाता है।

पैरवी

प्रायः समुदाय की ऐसी समस्याएं जो किसी प्रशासनिक स्तर पर हल होने वाली होती है जिसकी एक सामुदायिक नेता को पैरवी करनी पड़ती है। पैरवी का तात्पर्य यह है कि समस्या–ग्रस्त लोगों की समस्याओं का समानुभूति करना और उसके समाधान के लिय उचित स्थान पर प्रयास करना। इसके लिये दो तरीके अपनाये जाते हैं, पहले तरीके में सामुदायिक नेता स्वयं अपने प्रभावों का

प्रयोग कर उन समस्याओं के समाधान के लिये पैरवी करता है। दूसरे तरीके में एक सामुदायिक नेता समस्त समुदाय को संगठित कर समस्या के समाधान के लिये उचित स्थल तक ले जाता है और उन्हें समस्या के समाधान हेतु प्रोत्साहित करता है। उपरोक्त दोनों में जन सहभागिता से समस्या के समाधान के लिये की गई पैरवी अधिक प्रभावशाली सिद्ध होती है, क्योंकि इससे समुदाय में आत्मविश्वास की वृद्धि होती है।

NOTES

4.4.5 सामुदायिक जीवन के विभिन्न चरणों से संबंधित जीवन कौशल

क्रमांक	चरणवार वर्गीकरण	संबंधित जीवन कौशल
1.	समाज को समझने का कौशल	अच्छा स्रोता बनना, समीक्षात्मक चिंतन, सकारात्मक चिन्तन, रचनात्मक चिन्तन, आत्मचिंतन।
2.	समाज का विश्वास प्राप्त करने का कौशल	त्याग, परानुभूति, सहयोग, समझौता, उचित निर्णय लेना, परस्पर विश्वास, प्रभावी संचार, – कुशल वक्ता, समानुभूति, स्वयं के प्रति कठोर एवं दूसरों के प्रति दयालु, संवेदनशील।
3.	लोगों के आत्मविश्वास बढ़ाने का कौशल	दूसरों को श्रेय, पैरवी, जिम्मेदारी बांटना, सबको अवसर देना।
4.	संगठित करने का कौशल	संगठित प्रयास, टीम–निर्माण, उचित प्रतीक चयन एवं संप्रेषण, तनाव पर विजय, भावनाओं पर नियंत्रण।
5.	संघर्ष समाधान कौशल	समस्या समाधान, विवादों का समाधान, समझौता संबंधी कौशल।
7.	संसाधन पहचान कौशल	अवसर की पहचान, उचित मानव संसाधन की पहचान, कार्यक्रम के अनुरूप नेटवर्क से लेन–देन।
8.	नियोजन कौशल	संसाधन प्रबंधन, कार्य प्रबंधन, समय प्रबंधन, सहभागी नियोजन।

उपरोक्त सारणी से स्पष्ट है कि सामुदायिक नेता को अपनी सामाजिक प्रतिष्ठा या सामाजिक सम्पदा को बढ़ाने के लिए पहले चरण में समाज को समझने के लिए आवश्यक जीवन कौशल का उपयोग करना चाहिए। इसके पश्चात् समाज से जुड़ने और लोगों के आत्मविश्वास बढ़ाने संबंधित कौशलों का उपयोग करना चाहिये। तीसरे स्तर पर लोगों को संगठित करने तथा उनकी समस्याओं के समाधान का कार्य करना पड़ता है। अंत में चौथे चरण के रूप में

संसाधनों की पहचान, नियोजन एवं प्रबंधन संबंधित कौशलों का प्रयोग करके विकास की प्रक्रिया में जुड़ना उपयुक्त होता है।

NOTES

4.4.6 सामुदायिक नेता को जीवन कौशल से होने वाले लाभ (Benefits of Life Skills for a Community Leader)

आपने सामुदायिक नेता के सामाजिक जीवन को प्रभावशाली बनाने वाले अनेक जीवन कौशलों के बारे में जानकारी प्राप्त किया है। किसी सामुदायिक नेता को इन जीवन–कौशलों को अपनाने से क्या लाभ होता है? इसके बारे में यहाँ जानकारी प्रदान की जा रही है।

1. इनसे सामुदायिक नेता के व्यक्तित्व में निखार आता है।
2. जीवन–कौशल सामाजिक प्रतिष्ठा और सम्मान बढ़ाने में सहायक होते हैं।
3. यह संकटकाल एवं विपरीत परिस्थितियों से एक सामुदायिक नेता को उबारने में सहायक होते हैं।
4. जीवन–कौशल के द्वारा सामुदायिक नेता एक मजबूत संगठन तैयार कर समस्त समुदाय को सशक्त बना सकता है।
5. जीवन–कौशल के द्वारा साथियों का विश्वास अर्जित करने में सहायता प्राप्त होती है।
6. इससे लोगों में व्यक्ति की विश्वसनीयता बढ़ती है।
7. जीवन–कौशल के द्वारा व्यक्ति स्वयं का सर्वोच्च विकास कर सकता है।
8. जीवन–कौशल के द्वारा व्यक्ति अपने समुदाय के विकास के लिये योजना का निर्माण एवं उनका समुचित प्रबंधन करवा सकता है।

उपरोक्त विवरण से स्पष्ट है कि जीवन कौशल न केवल एक सामुदायिक नेता के लिये बल्कि प्रत्येक व्यक्ति के लिये आवश्यक है।

हमने जाना

जीवन कौशल– जीवन कौशल वे क्षमताएँ हैं, जो व्यक्ति को रोजमर्रा की जिंदगी की चुनौतियों और माँगों को पूरा करने में मदद करती हैं। बेहतर जीवन के लिए प्रत्येक व्यक्ति को इन कुशलताओं का उपयोग

करना चाहिए। वे व्यक्ति को समस्याओं का सामना करने और उसका हल निकालने में मदद करती हैं।

कुछ बुनियादी जीवन कौशल— समस्या को सुलझाना, विश्लेषणात्मक सोच, आत्म—जागरूकता, समानुभूति, रचनात्मक सोच, भावनात्मक समझ, निर्णय लेने की क्षमता और प्रभावी सम्प्रेषण।

कठिन शब्दों के अर्थ

समानुभूति—समानुभूति का अर्थ है अन्य व्यक्तियों की अनुभूतियों और परेशानियों को समझना। यदि हममें समानुभूति होगी तो हम अपने को दूसरों की स्थिति में रखकर समस्या को समझ सकेंगे। समानुभूति से हमें समस्याओं और परिस्थितियों का विश्लेषण करना आसान हो जाता है। इस प्रकार समानुभूति किसी दूसरे के जूते में पैर डालकर उसके दृष्टिकोण से समझने की कला है। इससे हम बहुत ही भावुक हो जाते हैं और दूसरों के प्रति प्रेमपूर्ण व्यवहार करने लगते हैं, लोग हमारी इस बात के लिये प्रशंसा करते है और बदलने में हमें भी प्यार मिलता है।

परानुभूति—परानुभूति वह कौशल हैं जिसके द्वारा दूसरे को अपने स्थान पर रखकर देखा जाता है। उदाहरण के लिये यदि एक नेता अपने साथियों के प्रति अपने कार्यों का आंकलन इस आधार पर करें कि यदि वह मेरी जगह पर होता तो क्या करता परानुभूति है। परानुभूति से दूसरों के प्रति सम्यक् व्यवहार करना आसान हो जाता है।

अभ्यास के प्रश्न

1. जीवन—कौशल को अपने शब्दों में समझाइये। इस इकाई को पढ़कर आप जीवन—कौशल की किन क्षमताओं को अपने अंदर पाते हैं? उसकी सूची बनाइये।
2. जीवन—कौशल समस्याओं को सुलझाने में किस प्रकार सहायक हो सकता है? अपने आस—पास के किसी समस्या को अपने जीवन कौशल से सुलझाने की एक योजना की रूपरेखा प्रस्तुत कीजिए।
3. अपने आस—पास के पांच सफल व्यक्तियों की सूची बनाइये और उनमें आप जीवन की कौन सी कुशलताएँ पाते हैं? सारणी बनाकर लिखें।

NOTES

4. जीवन–कौशल सामाजिक सहभागिता की दृष्टि से किस प्रकार महत्त्वपूर्ण हो सकता है? इसकी पड़ताल के लिए किन्हीं पांच सफल व्यक्तित्वों में निहित जीवन कौशल को स्पष्ट कीजिए।

आओ करके देखें

1. यदि आपमें गुटका, तम्बाकू या अन्य किसी मादक पदार्थ के सेवन की आदत है तो उसे 21 दिनों के लिये दृढ़तापूर्वक रोकिये। इस प्रयोग में आपको जो कठिनाइयां सामने आती हैं और जो सफलता मिलती है उस पर एक विश्लेषणात्मक आलेख लिखिए।
2. प्रतिदिन किये जाने वाले पाँच अच्छे और पाँच बुरे (अपनी दृष्टि में) कामों को 15 दिन तक अपनी डायरी में लिखिए। बाद में मेन्टर को दिखाकर मार्गदर्शन प्राप्त कीजिये।
3. ऐसे पाँच– पाँच आदतों की सूची बनाइये, जिन्हें आप छोड़ना चाहते हैं तथा जिन्हें आप अपनाना चाहते है। छोड़ने और अपनाने की कठिनाइयों को आप अपने मेन्टर के साथ चर्चा कर लिखिये।

अधिक जानकारी के लिए संदर्भ–सूत्र

1. भारत सरकार के विभिन्न मंत्रालयों जैसे अल्पसंख्यक कार्यों का मंत्रालय के पोस्टर, पम्पलेट और प्रचार सामग्री।
2. एन.सी.आर.टी., नई दिल्ली द्वारा इस विषय पर कक्षा 6, 7 एवं 8 की पुस्तकें।

■■■

4.5 संचार के व्यावहारिक अनुप्रयोग (Behavioural aspect of Communication)

NOTES

उद्देश्य

इस इकाई को पढ़कर आप जान सकेंगे कि –

- संचार माध्यम अनौपचारिक शिक्षण के प्रभावी माध्यम हैं।
- संचार माध्यम व्यवहारात्मक परिवर्तन लाने में महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।
- संचार माध्यमों के संदेशों से पोषण एवं आहार तथा बाल विकास जैसे जीवन के बुनियादी आयामों पर लोगों की मान्यताओं/धारणाओं को बदला जा सकता है।

4.5.1 विकास के लिये संचार (Communication for Development)

हम जानते है कि रोटी, कपड़ा और मकान की तरह संचार भी मानव की मूलभूत आवश्यकता है। मनुष्य अगर सामाजिक प्राणी है तो संचार के लिये पारस्परिक निर्भरता आवश्यक है। संचार के बिना मानव जीवन की कल्पना करना भी असंभव है। विकास के क्रम में संचार और मानवीय जीवन का विकास भी लगभग साथ–साथ हुआ। आदिम अवस्था में जहाँ संकेत, प्रतीक, हाव–भाव और ध्वनियां मानव अभिव्यक्ति का साधन थीं वहीं विकास के साथ–साथ मानव ने अभिव्यक्ति के अनेक नवीन रूपों का सृजन किया और आवश्यकतानुसार उनका उपयोग किया।

जीवन की अनिवार्य आवश्यकता के रूप में तो संचार का महत्व सर्वविदित है लेकिन संचार के विविध रूपों जैसे – अन्तरवैयक्तिक संचार, समूह संचार और जन संचार इत्यादि को विकास के साथ जोड़कर देखने की अवधारणा नवीन है। विकास एक गत्यात्मक (Dynamic) प्रक्रिया है। जो अनेक कारकों (Factors) से प्रभावित होता भी है और अनेक कारकों को प्रभावित करता भी है। आधुनिक अध्ययनों के निष्कर्ष मैन, मशीन, मनी के साथ मीडिया को भी विकास के लिये प्रमुख कारक मानते हैं।

विशेषकर उन राष्ट्रों में जहाँ विकास के लिये संसाधन और संभावनायें दोनों विद्यमान हैं। मानव संसाधन विकास, औद्योगिक संरचना, प्रति व्यक्ति आय और अर्थ–तंत्र के अनेक दूसरे आयामों को आधार बनाकर तो विकास सम्बंधी अनेक अध्ययन हुये हैं। विकास को संचार से जोड़ने का श्रेय अमेरिकी संचार विज्ञानी डेनियल लर्नर (1958) को जाता है। जिन्होंने पहली बार मध्य पूर्व के देशों में अपने अध्ययन में यह पाया कि परम्परागत समाज जिन्हें उन्होंने Mind

NOTES

Set Society में परिवर्तन का सबसे प्रभावशाली माध्यम माना। यह अध्ययन उन्होंने अपनी पुस्तक The Passing of Traditional Society के उपखण्ड Modernizing the Middle-East में प्रस्तुत किया। इस परियोजना को अमेरिकी रेडियो Voice of America ने प्रायोजित किया गया था। इसके पाश्चात्य जगत के साथ भारतीय संचार विज्ञानियों ने भी विकास को संचार के साथ जोड़कर अनेक अध्ययन किये। संचार विशेषज्ञ मानते हैं कि संचार माध्यम परम्परागत समाज में व्यवहारात्मक परिवर्तन लाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकते हैं। वे ऐसी सामाजिक संरचना को प्रभावित कर सकते हैं जो विकास के लिये सर्वथा उदासीन हैं। आधुनिक युग में संचार माध्यमों का उपयोग विकास के लिये जनचेतना जगाकर सामाजिक बदलाव कर विकास में जनभागीदारी को बढ़ाने और विकास के लिए आवश्यक परिस्थितियां निर्माण करने में प्रमुखता से हो रहा है।

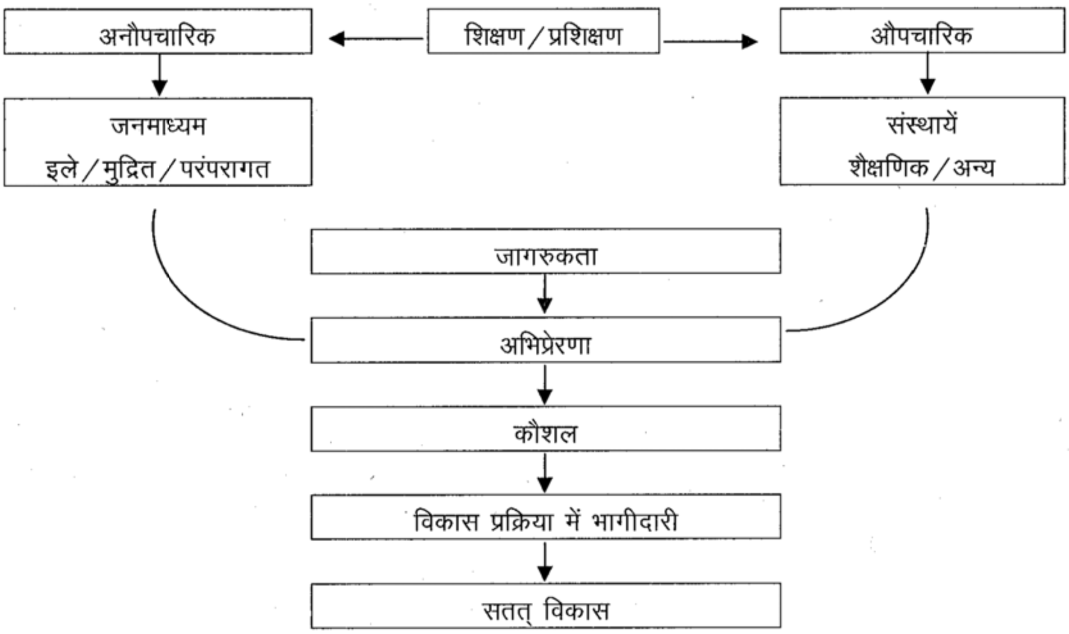
जिन राष्ट्रों ने उपनिवेशवाद के कड़वे अनुभवों के बाद प्रजातांत्रिक पद्धति को अपनाया वहां लोक कल्याणकारी राज्यों की स्थापना हुई। सरकारी कार्यक्रमों और नीतियों तथा जन आकांक्षाओं के बीच जन संचार माध्यमों को सेतु की महत्वपूर्ण भूमिका मिली। प्रजातंत्र में व्यवस्थापिका, न्यायपालिका, कार्यपालिका के साथ खबरपालिका (Media) को भी जिम्मेदार माना गया। यहाँ तक कि प्रजातन्त्र की सफलता जिम्मेदार प्रेस पर अवलम्बित मानी जाने लगी। राष्ट्रपिता महात्मा गाँधी ने ग्रामीण प्रशासन परम्परा को ग्राम स्वराज के रूप में प्रतिष्ठित किया था। वे मानते थे कि सच्चा लोकतंत्र वहीं है जो निचले स्तर पर लोगों की भागीदारी पर आधारित हो। यह तभी संभव है जब गाँव में रहने वाले आम व्यक्ति को भी शासन के बारे में निर्णय का अधिकार मिले। वे मानते थे कि भारत में सच्चे लोकतंत्र की इकाई गाँव ही है। इस गाँव को देश की वास्तविक बुनियादी इकाई बनाने, गाँव के लोगों को राष्ट्र की मुख्यधारा का अंग बनाने तथा उन्हें अपनी इस भूमिका का एहसास कराने के उद्‌देश्य से ही पंचायती राज की कल्पना की गयी।

साधनों की उपलब्धता विकास के लिए आवश्यक है किन्तु साधनों की उपलब्धता से ही विकास को सुनिश्चित नहीं किया जा सकता। संदेश का उपयोगी और प्रभावशाली होना नितांत आवश्यक है। यूनेस्को द्वारा 1977 में **शीन मैक्ब्राइड** की अध्यक्षता में गठित 18 सदस्यीय अध्ययन दल ने विकासशील देशों में संचार सम्बंधी समस्याओं का अध्ययन किया था। Many Voices One World नाम से प्रकाशित रिपोर्ट में अध्ययन दल की महत्वपूर्ण सिफारिशे हैं। दल का मानना था कि विचार तथा अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के मूलभूत सिद्धांत से ही सूचना की स्वतंत्रता, सूचनाओं का आबाध प्रवाह और जनमाध्यमों तक निर्बाध पहुँच जैसे विचार उत्पन्न हुए हैं। सूचना और संचार के क्षेत्र में विश्वव्यापी असंतुलन पर कमीशन की चिंता ने नयी विश्व सूचना और

संचार व्यवस्था New Word Imformation And Communication Order (NWICO) की आधारशिला रखी जिसमें सिर्फ सत्ता नहीं संचार के प्रजातंत्रीकरण (Democreatization of communication) पर बल दिया अर्थात जनता के लिये जनता द्वारा जनता का संचार (Communication by the people, of the people, for the people) किया गया।

NOTES

पंचायती राज व्यवस्था ने ग्रामीण समाज को उनके अधिकार और दायित्वों का बोध कराया है। इसे न सिर्फ कागजी रूप से बल्कि कार्यरूप एवं व्यवहाररूप में परिणित करना बड़ी चुनौती है। यह काम आसान नहीं है। खासतौर से उस देश में जहां साक्षरता का प्रतिशत अन्य देशों के सापेक्ष बहुत कम है। इस दिशा में जनमाध्यम महत्वपूर्ण भूमिका इसलिये निभा सकते हैं कि वे अनौपचारिक शिक्षक और अनौपचारिक शिक्षण की भूमिका (Media is Non-Formal Education) निभा सकते हैं।



गाँव की व्यावहारिक परिस्थितियों में विकास के लिए संचार के कौन–कौन से माध्यम उपयोगी हो सकते हैं, किस तरह उपयोगी हो सकते हैं? किस तरह उनकी उपयोगिता बढ़ाई जा सकती है? क्या नये माध्यम सृजित किये जा सकते हैं? कैसे माध्यमों के प्रभाव को लम्बे समय तक चलने वाला बनाया जा सकता है? और क्या पंचायतीराज के इस युग में सरकार और जनता के बीच विकास संचार का कोई ऐसा अभिनव मॉडल तैयार किया जा सकता है? जिससे वांछित सूचनाओं को अभीष्ट गति से लक्ष्य समूह तक निर्बाध और सतत् रूप से पहुँचाया जा सके।

NOTES

4.5.2 संचार से व्यवहारात्मक परिवर्तन (Communication for Behaviral Change, CBC)

संचार का प्रमुख कार्य व्यक्ति में व्यवहारात्मक परिवर्तन लाना है। परिवर्तन का यह कार्य एकाएक न होकर चरणबद्ध तरीको में लगातार प्रयास करने पर ही संभव हो पाता है। आइये इस प्रक्रिया को विस्तार से समझते हैं।

वर्तमान सामाजिक व्यवस्था में अनेक रूढ़ियाँ, अंधविश्वास और अवैज्ञानिक व्यवहार प्रचलित होते हैं। जिन्हें बदलना कठिन होता है, ये विकास के लिये बाधक होते हैं। संचार विशेषज्ञ ऐसे समाज को परम्परागत समाज या Mind-set Society कहते हैं।

↓

समाज के विकास के लिये इन रूढ़ियों, अंधविश्वास और अवैज्ञानिक व्यवहार को बदलना जरूरी है। बदलाव के लिये व्यक्ति की मानसिक स्थिति में परिवर्तन लाना होता है। जिसे संचार माध्यमों के जरिये सतत् प्रयास से बदलाव किया जा सकता है।

↓

व्यक्ति में बदलाव की मानसिकता तैयार करने और समाज में बदलाव के लिये उचित वातावरण तैयार करने के लिये उचित संदेश का निर्माण, सही माध्यम का चयन और प्रभावी तकनीक से संम्प्रेषण आवश्यक होता है। इन प्रयासों से व्यक्ति में व्यवहारात्मक परिवर्तन लाया जा सकता है।

व्यक्ति और समाज में परिवर्तन की यह प्रक्रिया क्षण भर में, कुछ घण्टों या दिनों में सम्पन्न नहीं होती, इसके लिये निरंतर संचार करते रहना पड़ता है। वास्तव में व्यवहार परिवर्तन की इस प्रक्रिया को विज्ञापन जगत में प्रचलित आइडा सिद्धांत से सरलता से समझा जा सकता है। आइडा शब्द अंग्रेजी के चार पहले अक्षरों को लेकर बना है। जिनका अर्थ है –

A = Attraction आकृष्ट करना।
I = Interest रूचि जाग्रत करना
D = Desire पूरी हो सकने वाली इच्छा।
A = Action इच्छा की पूर्णता के लिये कदम उठाना।

विज्ञापन जगत में इसे इस रूप में समझाया जा सकता है कि किसी भी वस्तु सेवा या विचार के विज्ञापन के संपर्क में आने पर सबसे पहले व्यक्ति उस ओर आकृष्ट होता है। कुछ समय बाद उसमें रूचि लेने लगता है, फिर उसे प्राप्त करने की इच्छा उसके मष्तिष्क में जन्म लेती है किन्तु विज्ञापन का कार्य

तब तक पूरा नही होता जब तक व्यक्ति उस वस्तु सेवा या विचार को अपने संसाधनों के उपयोग से अपना नहीं लेता।

विस्तृत रूप में इसे संचार द्वारा व्यवहार परिवर्तन के रूप में इस प्रकार विश्लेषित किया जा सकता है।

NOTES

किसी नई बात की सूचना मिलने पर व्यक्ति में जो परिवर्तन होता है उसे सूचनात्मक परिवर्तन कहते हैं।

↓

सूचनाओं के सतत् संपर्क में रहने से व्यक्ति पर प्रभाव पड़ता है। इस दशा को प्रभावात्मक परिवर्तन कहते हैं।

↓

सूचना या जानकारी पर पूरा विश्वास होने पर व्यक्ति उसे अपनाने का मन बनाता है और यही से उसके व्यवहार में परिवर्तन आता है। विकास के लिये किये जाने वाले संचार का उद्देश्य इसी प्रकार के परिवर्तन की व्यक्ति और समाज में प्रतिष्ठा करना है।

विकास के संदर्भ में परम्परागत समाज में युगानुकूल विचारों और क्रियाकलापों को प्रोत्साहित करने के लिये दूसरे शब्दों में विकास के लिये अनुकूल वातावरण का निर्माण करने के लिये जिस प्रकार का संचार रणनीति का उपयोग किया जाता है उसे विकास संचार कहते हैं। विकास संचार का उद्देश्य विकास के अनुकूल वातावरण बनाने के लिये व्यक्ति और समाज में वांछित और आवश्यक व्यवहार परिवर्तन को सुनिश्चित करना है।

4.5.3 स्थानीय परिस्थितियों में संचार रणनीति (Communication Strategy as per the need of local conditions)

कचरापुर की कहानी

> एक गाँव था। नाम कचरापुर। केवल नाम ही नही पहचान भी कचरापुर। लोग गन्दे, पीने का पानी गन्दा, हाथ गन्दे, खुले में शौच, स्कूल अस्पताल यहाँ तक कि अपने घर के साथ–साथ भगवान का घर अर्थात् मंदिर भी गन्दा। गंदगी जीवन शैली। गंदगी पहचान।
>
> कचरापुर में एक संत आये। दुर्दशा देखी तो रहा न गया। बोले स्वच्छता में ईश्वर का वास होता है। कचरे के इस ढेर में तो न शरीर स्वस्थ्य रह सकता है, और न मन। न व्यक्ति स्वस्थ्य रह सकता है और न समाज। उन्होंने लोगों को समझाया कि गाँव में कुपोषण, बीमारी, असमय मृत्यु, माता और बच्चों का खराब स्वास्थ्य सबके पीछे एक ही कारण है – गंदगी। लोगों ने कहा कि गंदगी हटाना तो प्रशासन का काम है। राजा का काम है। समिति का काम है– हमारा नहीं। महात्मा ने समझाया कि स्वच्छता हम सबका साझा दायित्व है। पर केवल बातों से लोग बदलते तो कैसे? महात्मा ने लोगों को समझाना जारी रखा। सुनते–सुनते कुछ लोगों के आचार–व्यवहार में परिवर्तन आने लगा। उन्होंने गंदगी की बुराइयों को और स्वच्छता की अच्छाइयों को समझा। बुरी बातों की तरह तो नहीं पर अच्छाई भी धीरे–धीरे फैलती ही है। ज़ब लोगों ने स्वच्छता से रहने वाले लोगों में कम बीमारी, और कम मौतों की स्थिति देख़ी तो उनमें भी बदलाव आने लगा। संत की सीख से कचरापुर कुछ दिनों में सेहतगढ़ बन गया।

आप समझ गये होंगे कि यह कहानी पूर्व में बताई व्यवहार परिवर्तन प्रक्रिया को स्पष्ट करने वाली एक काल्पनिक कथा है। किन्तु इसमें कई प्रश्न और कई संदेश निहित हैं –

- ✓ प्रश्न उठता है क्या किसी विचार के संचार से तत्काल परिवर्तन होता है या इसमें समय लगता है ?
- ✓ क्या यह परिवर्तन सभी व्यक्तियों और समाज में एक साथ होता है? या व्यक्ति और समाज की स्थिति के हिसाब से इसमें बदलाव रहता है।
- ✓ क्या आवश्यक है कि सभी में परिवर्तन होता ही है ?
- ✓ परिवर्तन के लिये दिया जाने वाला संदेश क्या सभी व्यक्तियों और समाज के लिये समान होता है ?

✓ क्या परिवर्तन के लिये चुना गया माध्यम सभी के लिये एक सा ही होना चाहिये या इसमें बदलाव की जरूरत होती है? आइये इन प्रश्नों की पड़ताल करें। विश्लेषण करें। तो पायेंगे कि ज्यादातर प्रश्नों के उत्तर आपको "ना" में मिलेंगे।

NOTES

कारण व्यक्ति और समाज पर संचार का पड़ने वाला प्रभाव अलग–अलग होता है क्योंकि व्यक्तियों की स्थिति –

✓ सामाजिक आर्थिक दृष्टि से भिन्न होती है।

✓ विचार मान्यतायें और यहाँ तक की पूर्वाग्रह भी भिन्न–भिन्न होते हैं।

✓ व्यक्तियों की शैक्षणिक स्थिति भी भिन्न–भिन्न होती हैं।

इसीलिये आवश्यक होता है कि स्थान परिस्थितियों और संसाधनों की स्थिति के अनुसार संचार के लिये संदेश माध्यम और तकनीक का चयन किया जाय। सतत्

माड्यूल – 1 विकास की समस्यायें एवं मुद्दे में आपने जानकारी प्राप्त की मिलेनियम डेवलपमेन्ट गोल (MDG) अब (SDG) में चिन्हित अनेक विकास आयामों में हमारे मध्यप्रदेश का स्तर संतोषजनक नहीं है। क्या हम अपने प्रयत्न और समाज के पुरूषार्थ से विकास के कुछ आयामों पर सकारात्मक परिवर्तन दर्ज करने के लिये व्यावहारिक संचार रणनीति का निर्माण कर सकते हैं? आइये विचार करें – मध्यप्रदेश के विशेष संदर्भ में महिला एवं बाल विकास तथा पोषण और स्वास्थ्य की दृष्टि से देखें (जिनका अध्ययन आप इसी वर्ष अन्य माड्यूलों में कर रहे हैं।) देखें तो पायेंगे कि कुछ सामान्य समस्याओं से पूरा प्रदेश पीड़ित है – जिसके आयाम हैं –

- शिशु स्वास्थ्य के लिये स्तनपान को बढ़ावा देना।
- समग्र स्वच्छता के लिये खुले में शौच को रोकना।
- शिशु और मातृ सुरक्षा के लिये पोषण और टीकाकरण।
- किशोरियों में स्वच्छता और स्वास्थ्य के प्रति जागरूकता।
- बेटी बचाओ–बेटी पढ़ाओ अभियान।

NOTES

इन समस्याओं पर गौर करेंगे तो आप सहमत होंगे कि आपका क्षेत्र भी इन समस्याओं से अछूता नहीं है। क्या हम इन समस्याओं से लड़ने के लिये अपनी स्थानीय परिस्थितियों में उपलब्ध संसाधनों में से वांछित व्यवहार परिवर्तन की रणनीति बना सकते हैं। आइये विश्लेषण करें कि भिन्नता वाली हमारी स्थानीय क्षेत्रीय परिस्थितियों में कौन से माध्यम और कौन सा संदेश सर्वश्रेष्ठ प्रभाव छोड़ सकते है।

4.5.4 संचार अभियान का आयोजन (Organizing a Communication Campaign)

किसी संदेश को लोगों तक सम्प्रेषित करने के लिए पूर्व निर्धारित योजना के अनुसार काम करना पड़ता है। उदाहरण के लिए पोषण और स्वास्थ्य के बारे में जानकारी देने के लिए हम योजना बनाने के प्रमुख चरणों को यहाँ स्पष्ट कर रहे हैं।

- पोषण एवं स्वास्थ्य शिक्षा प्रदान करने के लिये सर्वप्रथम आवश्यक है कि लोगों के साथ घनिष्ट संबंध स्थापित करें।
- समुदाय की सहभागिता के लिये प्रभावशाली व्यक्तियों को चिन्हित कर उनसे भी संबंध स्थापित करें क्योंकि समुदाय में ऐसे लोगों का प्रभाव अधिक होता है। ऐसे व्यक्ति समुदाय की सोच बदलने में आपकी सहायता कर सकते हैं।
- ट्रिपल ए एप्रोच– ट्रिपल ए एप्रोच एक ऐसी प्रक्रिया है जिसके अन्तर्गत आप व्यक्ति या समुदाय की स्वास्थ्य और पोषाहार से संबंधित किसी परिस्थिति विशेष या समस्या का आकलन (एसेसमेन्ट) कर उसके विभिन्न पहलुओं का विश्लेषण (एनालिसिस) करते हुए उस समस्या के समाधान हेतु उचित कार्यवाही (एक्शन) कर सकते हैं।
- समुदाय की जरूरतों का पता लगाना अर्थात् ऐसे व्यवहार, स्थानीय रीति--रिवाजों या आदतों का पता लगाना जो कि समुदाय के स्वास्थ्य के लिये हानिकारक हैं, जिसमें परिवर्तन लाने की जरूरत हो।

- समुदाय की जरूरतों की प्राथमिकताा निर्धारित करना तथा पोषण एवं स्वास्थ्य शिक्षा से संबंधित विषय का फैसला करना।
- समुदाय की संस्कृति, विचारों, प्राथमिकताओं, आर्थिक स्थिति व उपलब्ध संसाधनों का पता लगाना।
- लक्ष्य और उद्देश्य निर्धारित करना।
- उपयुक्त शिक्षण सामग्री और विधियों को चुनना।
- उपयुक्त सामाजिक संदेश तथा सामग्री/सहायक सामग्री तैयार करना।
- शिक्षण सामग्री अधिप्राप्त या तैयार करना।
- पोषण एवं स्वास्थ्य शिक्षा प्रदान करने के लिए अवधि, स्थान तथा समय निर्धारित करना।

NOTES

कुशलताएँ

पोषण एवं स्वास्थ्य शिक्षा को प्रभावी तरीके से आयोजित करने के लिये आप में निम्न कुशलताएँ होनी चाहिए–

- हम जिस विषय पर संदेश देना चाहते हैं उसकी हमें पूरी जानकारी होनी चाहिए।
- क्षेत्र में चल रहे कार्यक्रमों की पर्याप्त जानकारी होनी चाहिए।
- स्थानीय भाषा की जानकारी होनी जरूरी हो ताकि लोग आपकी बात का समझ सकें।
- प्रभावी शिक्षा के लिये सहभागी माहौल बनाये। इसके लिये शांत, शोरगुल से दूर एकांत व अनुकूल वातावरण जरूरी है। लाभार्थियों को बोलने के लिए प्रोत्साहित करें।
- सुनने की सहनशीलता और योग्यता होनी चाहिए ताकि लोगों की जरूरतों, व्यवहार, स्थानीय रीति–रिवाजों या आदतों का पता लगा सके व तदनुसार समुदाय में व्यवहार परिवर्तन ला सके।

NOTES

- आवाज में उचित उतार–चढ़ाव के साथ स्पष्ट शब्दों में बोलना आवश्यक है।
- उचित कारगर शारीरिक हाव–भाव होने चाहिए।
- समुदाय के विचारों का सम्मान करना जरूरी है।
- संप्रेषण सहायक सामग्री तथा उपकरण इस्तेमाल की कुशलताएँ होनी चाहिए।
- सार प्रस्तुत करने के लिए मुख्य बातों पर प्रकाश डालना जरूरी है।

पोषण और स्वास्थ्य शिक्षा के संचार के लिए इन विधियों को प्रभावी ढंग से उपयोग में लाया जा सकता है–

- **प्रवक्ता**– इस पद्धति के प्रयोग द्वारा एक बार में बड़े समूह को शिक्षा प्रदान की जा सकती है, लेकिन यह एकतरफा विधि है क्योंकि इस विधि से समुदाय के सोच के बारे में जानकारी प्राप्त नहीं हो सकती।
- **समूह चर्चा**– इस पद्धति का प्रयोग स्वास्थ्य एवं पोषाहार से संबंधित जानकारी लेने या समस्याओं का समाधान ढूंढने के लिए किया जाता है। इस पद्धति में समूह के लोग आपस में मिलकर चर्चा करते हैं व अपने विचारों, राय और उद्देश्यों की प्राप्ति से संबद्ध अनुभवों का आदान–प्रदान करते हैं।
- **सामुदायिक बैठक**– इसके दौरान आप लोगों को उनकी समस्या को ध्यान में रखते पोषण एवं स्वास्थ्य शिक्षा प्रदान कर सकते हैं व उनकी सहभागिता भी प्राप्त कर सकते हैं।
- **गृह भ्रमण**– क्षेत्र में संचालित कार्यक्रमों की जानकारी प्रदान करने व परिवार की पोषण एवं स्वास्थ्य शिक्षा से संबंधित समस्याओं के समाधान हेतु आप घर–घर जाकर लोगों से सम्पर्क कर शिक्षित कर सकते हैं।

NOTES

- **नाटक करना**– समुदाय को पोषण एवं स्वास्थ्य शिक्षा प्रदान करने के लिये नाटक एक प्रभावी तथा रुचिकर विधि है। नाटक करते समय यह ध्यान रखा जाए ताकि न केवल नाटक का विषय समस्या के अनुरूप होना चाहिये बल्कि चरित्रों की वेश–भूषा भी समुदाय के लिए परिचित होनी चाहिए। यदि संगीत की आवश्यकता है तो वह स्थानीय होना चाहिए। नाटक के अंत में संदेशों पर चर्चा की जाए ताकि उसका प्रभाव गहरा हो सके।

- **कहानी सुनाना**– समुदाय में पोषण एवं स्वास्थ्य शिक्षा प्रदान करने के लिये चुनी हुई कहानियाँ न केवल समस्या के अनुरूप होनी चाहिये बल्कि समुदाय की संस्कृति व स्थानीय रीति–रिवाजों का भी ध्यान रखा जाए। कहानी का समय 15–20 मिनट से अधिक नहीं होने चाहिए। कहानी के अंत में संदेशों पर चर्चा जरूरी है ताकि उसका प्रभाव अधिक हो सके।

- **अन्तहीन कहानियाँ**– इसमें कहानी इस प्रकार प्रस्तुत की जाती है कि कहानी के अन्त में समुदाय की सहभागिता प्राप्त की जा सके। कहानी के लिये चुना हुआ विषय ऐसा होना चाहिए कि उसमें विभिन्न विचार–मुद्दे आ जाए। कहानी के अंत में ऐसे बिन्दु हों जहाँ एक निर्णय लिया जा सके और मुख्य भाग अनिर्णय की स्थिति में हो। इस प्रस्तुतिकरण के बाद चर्चा जरूरी है ताकि कुछ विशिष्ट हल और विकल्प भाग लेने वालों के सम्मुख रख सकें।

- **विचार–मंथन (ब्रेन स्टारमिंग)**– किसी समस्या को कम समय में सुलझाए जाने की दृष्टि से समूह चर्चा में भाग लेने वालों की राय, विचारों और मतों पर आधारित यह पद्धति, विचारोत्पादन में सहायक होती है।

- **कठपुतली प्रदर्शन**– समुदाय को पोषण एवं स्वास्थ्य शिक्षा प्रदान करने के लिये कठपुतली प्रदर्शन एक प्रभावी तथा रुचिकर विधि है। कठपुतली प्रदर्शन करते समय यह ध्यान रखा जाए कि विषय समस्या के अनुरूप होना चाहिए। चुनी हुई कहानी समुदाय की संस्कृति व स्थानीय रीति–रिवाजों के अनुसार होनी चाहिए। यदि संगीत की आवश्यकता है

तो वह स्थानीय होना चाहिए। कठपुतली प्रदर्शन के अंत में संदेशों पर चर्चा की जाए ताकि उसका प्रभाव गहरा हो सके।

NOTES

- **जागरूकता अभियान आयोजित करना–** इसका तात्पर्य लोगों के विशाल समूह को शिक्षित करना है। जागरूकता अभियान के माध्यम से न केवल क्षेत्र में संचालित कार्यक्रमों की जानकारी प्रदान कर सकते हैं बल्कि विभिन्न संदेशों से भी समुदाय को अवगत करा सकते हैं।

- **प्रदर्शनी/मेला आयोजित करना–** आप स्थानीय उपलब्ध पौष्टिक खाद्य पदार्थ व उनसे निर्मित विभिन्न प्रकार के व्यंजन, संबंधित पठन–पाठन सामग्री व गाँव में उपलब्ध अन्य उपयोगी वस्तुओं की प्रदर्शनी लगा सकते हैं। इसके करने से लोगों तक लाभदायक जानकारी पहुँचेगी और कार्यक्रम से उनका लगाव बढ़ेगा।

परम्परागत लोक विधाएँ

इसके लिए आप क्षेत्र में प्रचलित गीत, लोक नृत्य, नाटक, भजन, कठपुतली–प्रदर्शन, नगाड़ा इत्यादि को प्रयोग में ला सकते हैं। इन्हें करने के लिये आप क्षेत्र के कलाकारों, मण्डलियों, युवा मंगल दल इत्यादि की सेवाएँ ले सकते हैं, क्योंकि यह उन्हीं की भाषा व शैली में बोली जाती हैं। अतः इन विधियों को स्थानीय स्तर पर काफी रुचिकर व प्रभावी माना जाता है व असर भी गहरा पड़ता है।

- **त्योहारों/विशेष दिवसों पर कार्यक्रम आयोजित करना–** आप त्योहारों/विशेष दिवसों पर कार्यक्रम आयोजित कर सकते हैं, जैसे– नाटक, प्रदर्शनी इत्यादि। इसके द्वारा सामुदायिक सहभागिता को प्रोत्साहित किया जा सकता है।

- **सामुदायिक समारोह–** सामूहिक समारोह में महिलाओं के लिये जैसे गोद भराई, बच्चे के खाने में अर्ध ठोस आहार, सही समय पर शुरूआत करना इत्यादि के लिये सामुदायिक कार्यक्रम आयोजित कर सकते हैं। इस अवसर पर आप महिलाओं को न केवल जानकारी प्रदान कर सकते हैं बल्कि सामुदायिक सहभागिता को भी प्रोत्साहित किया जा सकता है।

आधुनिक मीडिया विधि

इसके अंतर्गत इलेक्ट्रानिक मीडिया–फिल्म, फिल्म म्यूजिक, वीडियो टेप, वीडियो म्यूजिक, रेडियो, आडियो टेप, टेलिविजन, स्लाइडें व मुद्रित मीडिया–पुस्तकें, फोल्डर, इश्तहार, परचे, पत्र, समाचार पत्र, विज्ञापन, प्रेस प्रकाशन, पोस्टर, झलकियां, फोटोग्राफ, होर्डिंग, जर्नल, पत्रिकायें आदि आते हैं। इस माध्यम से एक समय में अधिक से अधिक लोगों को शिक्षित कर सकते हैं।

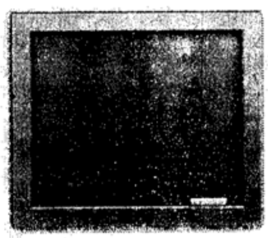
NOTES

- **भूमिका–निर्वाह (रोल–प्ले)**– इसमें जीवन में उत्पन्न स्थितियों के अनुभवों को विभिन्न भूमिकाओं में निभाया जाता है ताकि उन स्थितियों को और गहराई से समझा जा सके। यह एक रचनात्मक तकनीक है और समस्या के प्रति दूर–सूक्ष्म दृष्टि प्रदान करती है। रोल–प्ले करने के बाद उस पर चर्चा और विश्लेषण किया जाना चाहिए।

संचार के विभिन्न शिक्षण साधन/उपकरण

विभिन्न शिक्षण–साधनों का इस्तेमाल स्वास्थ्य एवं पोषाहार शिक्षा सत्र के प्रस्तुतीकरण को प्रभावी तथा रूचिकर बनाये जाने हेतु किया जाता है। इसके अतिरिक्त इनके प्रयोग से याद भी आसानी से किया जा सकता है।

- **चाक बोर्ड**– सामान्य रूप से उपलब्ध होता है। इसमें अग्रिम तैयारी की आवश्यकता नहीं होती है। इसका तात्कालिक महत्त्व होता है। इसको इस्तेमाल करते हुए ध्यान रखा जाए कि स्पष्टता के लिए बड़े अक्षरों में लिखें तथा आवश्यक बिंदु ही लिखें। इसमें कमी है कि इसे सीमित दूरी से ही देखा जा सकता है व व्याख्यान की गति भी धीमी पड़ जाती है।



- **फिलप चार्ट**– इससे समय की बचत होती है। इसमें पन्नों से सीमित जगह होती है। इसलिए इसे सावधानीपूर्वक इस्तेमाल करने की जरूरत होती है। यह टिकाऊ होता है। सार प्रस्तुत करने



NOTES

के लिए अधिक उपयोगी होता है।

- **व्हाइट बोर्ड**— चाक बोर्ड की अपेक्षा ज्यादा स्पष्ट होता है व बहुत से रंगों का इस्तेमाल किया जा सकता है। इसमें लेखन साफ, स्पष्ट व ध्वनि रहित होता है। इसमें कमी है कि इसे सीमित दूरी से ही देखा जा सकता है व व्याख्यान की गति भी धीमी पड़ जाती है।

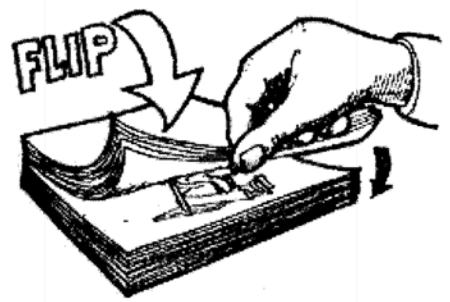


- **चार्ट एवं आलेख**— पेशेवर तरीके से तैयार की गई सहज ही उपलब्ध सामग्री है। इससे समय की बचत हो सकती है। इसमें शब्द स्पष्ट एवं सरल होने चाहिए। केवल शब्दों के इस्तेमाल करने की अपेक्षा कभी—कभी चित्रों के माध्यम से भी बिन्दुओं को समझाया जाए तो आसान हो सकता है। ध्यान रखें कि इनके परीक्षण एवं व्याख्या हेतु पर्याप्त समय दें। इसमें एक या एक से अधिक संदेश हो सकते हैं।

- **पोस्टर**— इसके द्वारा दिया जाने वाला संदेश सुस्पष्ट, सरल और आसानी से समझ में आने वाला चित्रों के माध्यम से प्रस्तुत किया जाता है। ध्यान रखें कि एक पोस्टर में एक ही संदेश होना चाहिए। संदेश समस्या के आधार पर और स्थानीय प्रथाओं व विश्वासों के अनुरूप हो। पोस्टर का लाभ यह है कि यह अशिक्षित लोगों के बीच में भी प्रयोग में लाया जा सकता है।



- **फिलप बुक**— एक फिलप बुक में समस्या के अनुरूप कहानी होती है, जिसे चार्टों या चित्रों की सहायता से समझाया जाता है। अंत में संदेशों पर चर्चा जरूरी है ताकि उसका प्रभाव अधिक हो सके। इसका इस्तेमाल छोटे समूह के लिए उपयुक्त होता है।



- **फ्लैश कार्ड**– कोई संदेश देने के लिये पहले कहानी बनाई जाती है। कहानी अधिक लम्बी नहीं होनी चाहिए। कार्डों पर कहानी से संबंधित दृश्यावली चित्रित की जाती है। अलग–अलग कार्डों पर प्रत्येक चित्र से संबंधित आलेख होना चाहिए। कहानी के अंत में संदेशों पर चर्चा जरूरी है ताकि उसका प्रभाव अधिक हो सके। इसका इस्तेमाल भी छोटे समूह के लिए उपयुक्त होता है।

NOTES



- **कठपुतलियाँ**– यह मानवों तथा पशुओं की तीन डाइमेन्शन वाली मूर्तियाँ होती हैं, जिन्हें क्रियाएँ दर्शाने के लिये हाथों/उंगलियों से संचालित किया जाता है। इनका निर्माण विभिन्न वस्तुओं से किया जाता है, जैसे– कागज या गत्ता, कपड़ा या पेपर इत्यादि। कठपुतलियाँ कई प्रकार की होती हैं, जैसे– डोरी वाली कठपुललियाँ, छड़ी वाली कठपुतलियाँ, लॉली कठपुतलियाँ और दस्ताने व उंगली वाली कठपुतलियाँ।



- **हैंडस आऊट**– इसमें सूचना लिखित रूप से प्रदान की जाती है। लिखे हुए शब्द का व्यापक प्रभाव होता है व इसमें विश्वसनीयता होती है। इन्हें वार्ता के पहले, वार्ता के दौरान अथवा वार्ता के बाद प्रदान किया जा सकता है। यह सत्र के दौरान नोट करने की आवश्यकता को कम करते है। बाद में इस्तेमाल के लिए सूचना के अच्छे स्रोत हो सकते हैं। प्रायः इन्हें बड़ी संख्या में वितरित किया जा सकता है। कभी सामग्री सापेक्ष रूप से विषय से प्रासंगिक न होने पर भ्रांति का कारण बन सकते हैं। ज्यादा लम्बा हस्तलेख अपना प्रभाव कम कर देता है। यह ध्यान रखें कि जो आपने मौखिक वार्ता की है, उसकी वह पूर्ति करे।

- **फोटोग्राफ**– उन खाद्य पदार्थों, लोगों व स्थितियों को फोटोग्राफ के द्वारा दिखाया जा सकता है, जिन्हें वास्तविक रूप से संभव न हो। इस उद्देश्य के लिये फोटोग्राफ साफ होने चाहिए तथा प्रसंगिक संदेश देने वाले होने चाहिए।

NOTES

- **एल.सी.डी.**– प्रोजेक्टर पॉवर प्वाइंट प्रस्तुतिकरण हेतु बहुत ही सशक्त सामग्री है। यह बहुत ही परिवर्तनशील, इस्तेमाल में आसान और बहु–विकल्पों से युक्त होता है। चूँकि इसमें कम्प्यूटर की आवश्यकता पड़ती है व रखरखाव व लागत भी बहुत ज्यादा आती है। अतः यह मंहगा उपकरण है, जिसे लगातार विद्युत स्रोत की आवश्यकता पड़ती है। इसलिये सत्र प्रारम्भ होने से पहले प्रोजेक्टर की जांच कर लेनी चाहिए। स्क्रीन को इस प्रकार व्यवस्थत कर लें कि वह आसानी से दृष्टिगोचर हो। यह ध्यान रखें कि प्रस्तुतीकरण के लिए स्लाइड में बहुत ज्यादा टेक्स्ट नहीं होना चाहिए। जहाँ कहीं भी संभव हो उसके स्थान पर टेक्सट के रूप में सचित्र, ग्राफ आदि शामिल करें।

- **ओवर हेड प्रोजेक्टर**– इसके लिये ट्रांसपेरेंसी की जरूरत पड़ती है। ध्यान रखें कि इस्तेमाल करने से पहले ट्रांसपेरेंसियों को क्रम में रखें। एक ट्रांसपेरेंसी में बहुत ज्यादा सामग्री मत डालें। जब इस्तेमाल न कर रहे हों, तो इसे बन्द कर दें। इसका लाभ यह है कि इसके इस्तेमाल के दौरान वक्ता प्रायः समूह का सामना कर सकता है व आसानी से बोल व लिख सकता है। इस उपकरण को लगातार विद्युत स्रोत की आवश्यकता पड़ती है।

- **फिल्म प्रोजेक्टर**– शिक्षा के माध्यम के रूप में फिल्म श्रोताओं में दिलचस्पी पैदा करती है। इसका इस्तेमाल बड़े समूह के बीच में उपयोगी सिद्ध होता है। विभिन्न विषयों पर बड़ी संख्या में फिल्में उपलब्ध भी होती हैं। लेकिन फिल्म प्रोजेक्टर सभी जगहों पर आसानी से उपलब्ध नहीं होते हैं व महँगा है। इसके लिये विशेष प्रकाशयुक्त हॉल की आवश्यकता होती है व तकनीकी जानकारी की आवश्यकता होती है। इसका इस्तेमाल करने से पूर्व उपकरण की जाँच कर लें, देख लें कि लेन्स साफ एवं समुचित तरीके से संकेन्द्रित है और लगातार विद्युत आपूर्ति सुनिश्चित करें। इसके साथ ही साथ ध्वनि नियंत्रक की जाँच भी कर लें और उसे हॉल के आकार के अनुरूप व्यवस्थित करें।

सामग्रियों का चयन करते समय निम्न बातों का ध्यान रखना चाहिए–

- विषय के प्रति सामग्री की प्रासंगिकता होनी चाहिए।

- प्रदर्शन की व्यापकता होनी चाहिए।
- सहायक सामग्रियों की उपलब्धता होनी चाहिए।
- प्रयोग में लाये जाने वाले उपकरणों की आपको अच्छी जानकारी होनी चाहिए।

NOTES

अच्छे संदेश की विशेषताएँ

- सरल एवं स्पष्ट हो।
- छोटे–छोटे आसानी से याद हो जाने वाले हो।
- उपयोगी और व्यापक होना चाहिए।
- सही और पूर्ण होना चाहिए।
- समुदाय की अनुभव की गई जरूरतों के अनुसार होना चाहिए।
- ध्यान आकर्षित करने वाला हो।
- वैज्ञानिक तौर पर सही होना चाहिए।
- हृदय को छूने वाला हो।
- व्यवहार में परिवर्तन लाने के लिये प्रेरित करने वाला हो।
- समुदाय की जानकारी और कुशलताएँ बढ़ाने वाला होना चाहिए।
- अलग–अलग लक्ष्य समूहों के लिये अलग–अलग संदेश दिये जाने चाहिए।
- एक ही समय पर कई संदेश नहीं दिये जाने चाहिए।

पोषण एवं स्वास्थ्य शिक्षा आयोजित करना

समुदाय की जरूरतों को ध्यान में रखते हएु उपयुक्त शिक्षण सामग्री और विधियों का इस्तेमाल करते हुए निर्धारित अवधि, स्थान तथा समय पर पोषण एवं स्वास्थ्य शिक्षा अयोजित करना।

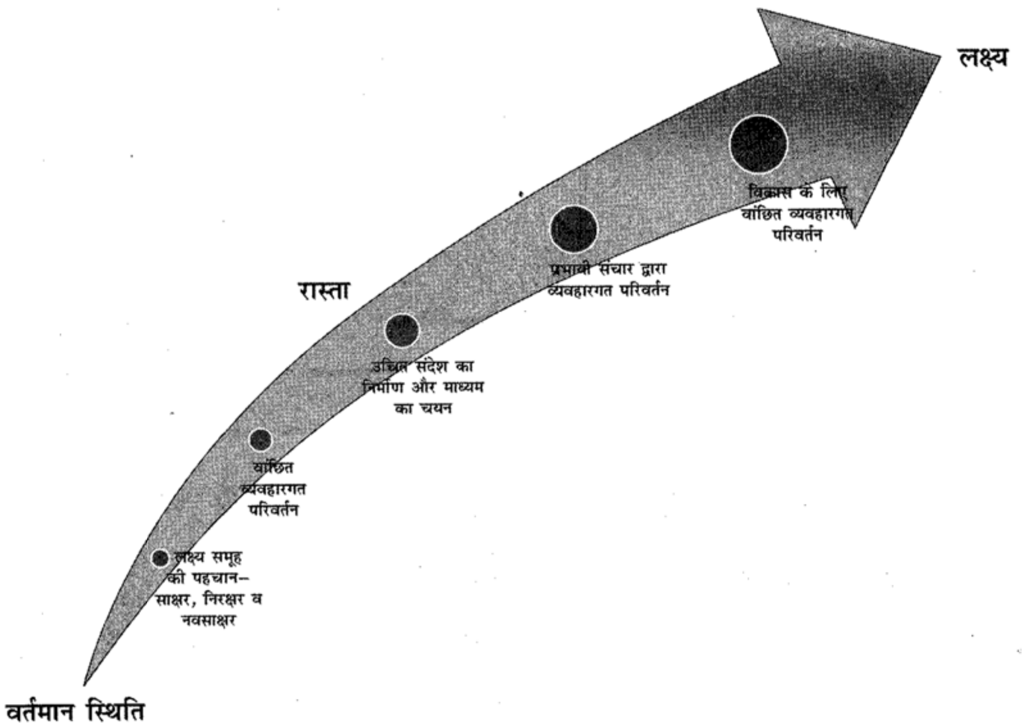
पुनः प्रेषण

NOTES

लोगों से प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से जानने का प्रयास करें कि आपकी बातचीत कितनी प्रभावी रही या फिर किसी ने आपकी कही बातों पर अमल किस हद तक किया है। यदि नहीं किया तो कमियों को जानकर पुनः शिक्षित करें।

NOTES

4.5.5 प्रभावी संचार के कुछ उदाहरण (Examples of Effective Communication)



कबीर, मीरा, तुलसी : कालजयी सम्प्रेषक

भारत–भूमि सदियों से कुशल सम्प्रेषकों की भूमि रही है। भारत के समरसतापूर्ण जीवन में कालजयी सम्प्रेषकों के स्वर गूँज रहे हैं। संदेश प्रभावी, माध्यम उचित और प्रभाव कालजयी यह भारतीय सम्प्रेषकों की विशेषता रही है। कबीर, मीरा, तुलसी के भजन और दोहे हमारे जीवन में रच बस गये हैं। 'साँच बराबर तप नहीं और झूठ बराबर पाप।'– इससे बड़ी नैतिक जीवन की कसौटी क्या होगी? परहित सरिस धर्म नहीं भाई' में भी इसी चिन्तन की झलक मिलती है।

पुरातन काल हो या कम्प्यूटर और सैटेलाइट आधारित आज का युग सम्प्रेषण की मूल बातों में परिवर्तन नहीं आया है। जो संदेश हमारे परिवेश के अनुकूल हमारी सांस्कृतिक मान्यताओं में रचे–बसे और हमारे दिमाग के साथ दिल को छूने वाले होंगे, उनका प्रभाव दीर्घकालीन होगा।

NOTES

आजादी के बाद अनेक ऐसे प्रसंग हुये हैं, जहाँ जन–माध्यमों के प्रभाव से कई मुहिम जन–जन तक पहुँचकर असरकारी रही है। परिवार नियोजन का संदेश हो या 'दो बूँद जिन्दगी की।' जब आवश्यकताओं और आकांक्षाओं का सुखद समन्वय होता है, तब कालजयी संचार घटित होता है।







हमने जाना

1. विशेषज्ञ मैन, मशीन, मनी और मीडिया को विकास के लिये आवश्यक कारक मानते हैं।

2. संचार और इसके विविध प्रकारों की भूमिका विकास के संदर्भ में यह है कि वह व्यक्ति में विकास के लिये उचित मानसिकता और समाज विकास के लिये अनुकूल वातावरण का निर्माण करें।

3. सतत् और प्रभावी संचार में व्यक्ति में व्यवहारात्मक परिवर्तन लाना संभव है। यह परिवर्तन एकाएक न होकर कई चरणों में होता है। प्रथम चरण में सूचना के संपर्क में आने से होने वाले परिवर्तन को सूचनात्मक परिवर्तन, सूचना के प्रभाव से होने वाले परिवर्तन को प्रभावकारी परिवर्तन और सूचना से व्यवहार में होने वाले परिवर्तन को फलकारी परिवर्तन कहते हैं।

4. विकास के लिये स्थानीय परिस्थितियों और संसाधनों के आधार पर संदेश का निर्माण और माध्यम के चयन से लक्ष्य समूह तक संदेश को प्रभावी ढंग से पहुँचाया जा सकता है।

कठिन शब्दों के अर्थ

1. व्यवहारात्मक परिवर्तन : व्यक्ति का व्यवहार अनेक सामाजिक कारकों पर निर्भर करता है। अनेक अवसरों पर व्यक्ति और समाज के व्यापक हित के लिये इसमें परिवर्तन की आवश्यकता महसूस होती है। व्यवहार में परिवर्तन का यह कारण संचार माध्यमों के द्वारा किया जा सकता है।

2. अनौपचारिक शिक्षण : व्यक्ति वैसे तो प्रतिदिन कुछ न कुछ सीखता ही रहता है। किन्तु औपचारिक शिक्षण के लिये वह विभिन्न संस्थाओं में अध्ययन करता है। औपचारिक अध्ययन की अवधि बीत जाने के बाद भी उसे कुछ न कुछ सीखना पड़ता है। यह स्कूल और कालेजों में जाकर संभव नही है। इसलिये रोज–रोज की आवश्यकताओं के संदर्भ में जरूरी शिक्षण जन माध्यमों के जरिये मिलता रहता है। इस तरह के शिक्षण को अनौपचारिक शिक्षण कहते हैं। इकाई में जनमाध्यमों को अनौपचारिक शिक्षक कहा गया है।

NOTES

अभ्यास के प्रश्न

1. विकास संचार की अवधारणा को स्पष्ट कीजिए।
2. जन माध्यमों को अनौपचारिक शिक्षक कहना कहाँ तक तर्कसंगत है? उदाहरण देकर अपने मत की पुष्टि कीजिए।
3. भारत में सफल संचार अभियानों को सोदाहरण समझाकर लिखिये।
4. संचार माध्यमों से व्यवहार परिवर्तन किस प्रकार संभव है? उदाहरण देकर स्पष्ट कीजिये।
5. स्थानीय परिस्थितियों में किसी विचार या योजना के सम्प्रेषण के लिये संदेश के निर्माण और माध्यम के चयन में आप किन–किन बातों का ध्यान रखेंगे और क्यों?

NOTES

आओ करके देखें

1. अपने क्षेत्र की किसी समस्या पर अधिकारियों का ध्यान आकर्षित करने के लिये एक ज्ञापन तैयार कीजिए और उस पर अपने क्षेत्र के 50 व्यक्तियों के हस्ताक्षर कराकर उचित अधिकारियों को सौंपिए।

2. अपने क्षेत्र में प्रचलित किसी शासकीय योजना का लाभ किन्हीं पाँच वंचित लोगों को दिलाने के लिये आवश्यक समस्त कार्यवाही पूर्ण कर विवरण अपनी अभ्यास पुस्तिका में दर्ज कीजिए।

3. अपने क्षेत्र में किसी शासकीय योजना के प्रचार–प्रसार के लिये मीडिया रणनीति निम्नलिखित आधारों पर तैयार कीजिए। अ– योजना का चयन। ब– संचार के लिये उचित संदेश का निर्माण। स– स्थानीय परिस्थितियों में सर्वश्रेष्ठ माध्यम का चयन। द– अभियान का प्रभाव।

अधिक जानकारी के लिए संदर्भ सूत्र

1. यूनेस्को की रिपोर्ट मेनीवाइसेस वन वर्ल्ड आपको इन्टरनेट पर उपलब्ध हो सकती है। खोजकर अध्ययन करने की कोशिश करें। यह अंग्रेजी में है अतः जरूरत पड़ने पर मेन्टर की सहायता से महत्वपूर्ण अंशों को पढ़ सकते हैं।

2. ग्रामीण विकास में टेलीविजन के प्रभाव के अध्ययन के लिये लागू की गई परियोजना SITE (सेटेलाइट इन्स्ट्रक्शनल टेलीविजन एक्सपेरीमेन्ट) का अध्ययन करें।

3. सुधीश पचौरी की पुस्तक 'दूरदर्शन दशा और दिशा' का अध्ययन किया जा सकता है।



मध्य प्रदेश-गान

सुख का दाता सब का साथी शुभ का यह संदेश है,
माँ की गोद, पिता का आश्रय मेरा मध्यप्रदेश है।

विंध्याचल सा भाल नर्मदा का जल जिसके पास है,
यहां ज्ञान विज्ञान कला का लिखा गया इतिहास है।
उर्वर भूमि, सघन वन, रत्न, सम्पदा जहां अशेष है,
स्वर-सौरभ-सुषमा से मंडित मेरा मध्यप्रदेश है।

चंबल की कल-कल से गुंजित कथा तान, बलिदान की,
खजुराहो में कथा कला की, चित्रकूट में राम की।
भीमबैठका आदिकला का पत्थर पर अभिषेक है,
अमृत कुंड अमरकंटक में, ऐसा मध्यप्रदेश है।

क्षिप्रा में अमृत घट छलका मिला कृष्ण को ज्ञान यहां,
महाकाल को तिलक लगाने मिला हमें वरदान यहां,
कविता, न्याय, वीरता, गायन, सब कुछ यहां विशेष है,
हृदय देश का है यह, मै इसका, मेरा मध्यप्रदेश है।

सुख का दाता सब का साथी शुभ का यह संदेश है,
माँ की गोद, पिता का आश्रय मेरा मध्यप्रदेश है।

वन्दे मातरम्

सुजलां, सुफलां, मलयज-शीतलाम्॥
शस्य-श्यामलां, मातरम्। वन्दे मातरम्॥

शुभ्र ज्योत्स्नां पुलकित-यामिनीम्,
फुल्लकुसुमित-द्रुमदल-शोभिनीम्,
सुहासिनीं, सुमधुरभाषिणीम्,
सुखदां, वरदां, मातरम्॥ वन्दे मातरम्॥

कोटि-कोटिकंठ कलकल निनाद कराले,
कोटि-कोटि भुजैर्धृतखरकरवाले।
अबला केनो मा एतो बले।
बहुबलधारिणीं, नमामि तारिणीम्
रिपुदलवारिणीं मातरम्॥ वन्दे मातरम्॥

तुमि विद्या, तुमि धर्म, तुमि हृदि तुमि मर्म
त्वं हि प्राणाः शरीरे।
बाहु ते तुमि मां शक्ति, हृदये तुमि मां भक्ति
तोमारई प्रतिमा गड़ि, मन्दिरे-मन्दिरे मातरम्॥ वन्दे मातरम्॥

त्वं हि दुर्गा दशप्रहरणधारिणीं
कमलां कमलदलविहारिणीं
वाणी विद्यादायिनीं, नमामि त्वां, नमामि कमलाम् अमलां अतुलाम्
सुजलां सुफलां मातरम् .... श्यामलां, सरसां, सुस्मितां, भूषिताम्
धरणीं भरणीं मातरम्॥ वन्दे मातरम्॥

Centre for Community Leadership Development Studies
MAHATMA GANDHI CHITRAKOOT GRAMODAYA VISHWAVIDYALAYA
Chitrakoot, Satna (M.P.) - 485 334
Phone : 07670 - 265622, E-mail : cmcldpcourse@gmail.com
www.cmcldp.org